



วารสารวิชาการ

ภาษาและวัฒนธรรมจีน

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

HUACHIEW CHALERMPRAKIET UNIVERSITY

เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2563 ISSN 2286-9204

学术文章 (Academic Article)

- 论同一多留美期间的文化体验
WEN YIDUO' S CULTURAL EXPERIENCES WHILE STUDYING ABROAD IN USA
尹玉珊 (YIN YUSHAN)
- 孔子学院在泰国的发展研究
RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF CONFUCIUS INSTITUTE IN THAILAND
达红娟 (DA HONGJUAN)
- 《2019年个人信息保护法》如何反应中国短信APP的隐私政策分析
ANALYSIS OF HOW PERSONAL DATA PROTECTION ACTB.E 2562 (2019) REFLECTON CHINESE MESSAGING APPLICATION' S PRIVACY POLICY
江灵 (JIANG LING)
- 试拟国际中文教学课堂冲突及应对措施
ON CONFLICTS IN INTERNATIONAL CHINESE TEACHING CLASSES AND COUNTER MEASURES
刘凯 (LIU KAI)
- 云茶历史文化溯源
THE HISTORICAL AND CULTURAL ORIGINS OF YUNNAN TEA
肖迎 (XIAO YING)、包忠华 (BAO ZHONGHUA)、刘旭潇 (LIU XUXIAO)
- 中国共产党与早期菲律宾社会主义运动 (1930-1957年)
THE COMMUNIST PARTY OF CHINA AND THE EARLY PHILIPPINE SOCIALIST MOVEMENT (1930-1957)
杨静林 (YANG JINGLIN)
- 从语境理论角度看译者主体性在《朱子家训》英译中的发挥
ON THE ROLE OF TRANSLATOR' S SUBJECTIVITY IN ENGLISH VERSION OF ZHU FAMILY INSTRUCTIONS FROM THE PERSPECTIVE OF CONTEXT THEORY
周金龙 (ZHOU JINLONG)
- 同声传译中影响听说译差的因素研究
A STUDY OF FACTORS INFLUENCING EVS IN SIMULTANEOUS INTERPRETING
蒋文 (JIANG WEN)
- 评述战略文化與國家戰略的關係：兼論中國的戰略文化
REVIEW ON STRATEGIC CULTURE' S INTERCONNECTIONS WITH NATIONAL FOREIGN STRATEGIES: CASE OF CHINA' S STRATEGIC CULTURE
陳端 (CHEN KAI)
- 丝绸之路起点文化传播研究
RESEARCH ON THE CULTURAL TRANSMISSION OF THE STARTING POINT OF THE SILK ROAD
翟豪杰 (ZHAI HAOJIE)
- 泰国在南海争端中的角色分析
AN ANALYSIS OF THAILAND' S ROLE IN THE SOUTH CHINA SEA DISPUTE
潘艳贤 (PAN YANXIAN)
- 泰国“东部经济走廊”
THE EASTERN ECONOMIC CORRIDOR, THAILAND
ชนพร เอกสินธริน (CHAMAIORN EKSINSERN)
- แนวโน้มการจัดจ้างผลิต OEM ในประเทศไทย
TREND OF ORIGINAL EQUIPMENT MANUFACTURER IN THAILAND
ณัทฤตา ไทบุษ (NATKRITTA HAINOCH)
- การวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยและแนวโน้มของผู้บริโภคชาวจีน
AN ANALYSIS OF THE THAI COSMETIC INDUSTRY AND THE TENDENCIES OF CHINESE CONSUMERS
ปรีชญา ศิณห์ (PRACHAYA DIROKSRI)
- ความสัมพันธ์ไทย - จีนสมัยโบราณและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน
THAILAND - CHINA TRADITIONAL RELATIONS AND CHINESE TOURIST' S TRAVELLING IN THAILAND
ปวีตพร ป้อมอินทร์ (PRAJIT POMARIN)
- ข้าวต้มกับโจ๊กของชาวจีนในประเทไทย
CONGEE "MI AND PORRIDGE FOR TEOCHEW PEOPLE IN THAILAND
รัตนา จันทร์สารโสม (RATANA JANTARASARSOPHON)
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนจากประเทศจีนและผลกระทบต่อตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
CROSS-BORDER E-COMMERCE FROM CHINA AND THE IMPACT TO THAI E-COMMERCE MARKET
วรรณันท์ โรจน์ประเสริฐ (WANTHUN RODEPARPAT)
- วิเคราะห์ทิศทางของสาธารณรัฐประชาชนจีนในอนาคต “หนึ่งประเทศสองระบบ” ของฮ่องกง
ANALYSIS OF PEOPLE' S REPUBLIC OF CHINA MOVEMENT THAT AFFECTS THE FUTURE OF HONG KONG UNDER THE PRINCIPLE OF ONE COUNTRY TWO SYSTEMS
วัชร วัชรบูล (WATCHAREE BORTIBOON)

研究文章 (Research Article)

- 中国影视在泰国的传播与影响
A STUDY ON THE INFLUENCE OF CHINESE MOVIES AND TV SERIES IN THAILAND : A CASE STUDY OF HUACHIEW CHALERMPRAKIET UNIVERSITY
付飞尧 (FU FEIYANG)、刘丽芳 (LIU LILIFANG)、田野 (TIAN YE)
- 高校编制备案制管理模式的探索与分析——以T大学为例
EXPLORATION AND ANALYSIS OF THE MANAGEMENT MODE OF THE PREPARATION OF RECORDS IN COLLEGES AND UNIVERSITIES——
TAKING T UNIVERSITIES AS AN EXAMPLE
冉向东 (RAN XIANGDONG)
- Truemove H移动公司在中国市场的营销策略研究
AN OVERVIEW OF MARKETING STRATEGY OF TRUEMOVE H FOR CHINA MARKET
李小英 (NARINDA LEEATTANALERT)
- 泰国国际学校IGCSE课程和中文教学探究——以Ascot国际学校为例
IGCSE CURRICULUM AND CHINESE TEACHING IN INTERNATIONAL SCHOOL - A CASE OF ASCOT INTERNATIONAL SCHOOL
严飞霞 (YAN FEIXIA)
- 泰国汉语教学“给”的习得顺序研究——以叻武里基中学高中汉语专业班学生为例
THE RESEARCH ON THE ACQUISITION SEQUENCE OF “gei” IN SENIOR HIGH SCHOOL OF THAI - CHINESE TEACHING:
A CASE STUDY OF RATCHABORIKANUKROH MIDDLE SCHOOL OF THAILAND
何方 (HE FANG)
- 翻转课堂在高校茶文化英语教学中的应用研究
THE APPLICATION OF FLIPPED CLASSROOM IN ENGLISH TEACHING ON TEA CULTURE IN COLLEGES
陆凯 (LU KAI)

中国 语言 文化 学 刊

คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

Faculty of Chinese Language and Culture

วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน นี้ผ่านการรับรองคุณภาพอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2
สาขาวิชาศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ / ธุรกิจ การจัดการและการบัญชี / สังคมศาสตร์

วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน
ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2563
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.ปกรณ ลิมปสุรณ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อมรวณิชศักดิ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พัชนี ตั้งยืนยง	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กนกพร นุ่มทอง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ ตันตยกุล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพธร ปิจัยคุณธรรม	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วศินานนท์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อิมสารัญ	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาคูณค่าบทความประจำปี

Prof. Zhang Xi Zhen	Peking University, Beijing, China
Prof. Yang Bao Yun, Ph.D.	Peking University, Beijing, China
Prof. Xiao Ying, Ph.D.	Yunnan University, Kunming, China

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ ตันตยกุล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพธร ปัจจัยคุณธรรม	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระนันท์ วิชัยดิษฐ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไล ลีเมธาวานันต์	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูมิรินทร์ ภิรมย์เลิศอมร	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีย์ รุ่งพระแสง	มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ ดร.พัชรินรุจา จันทโรนานนท์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
อาจารย์ Dr. Kelvin C.K. Lam	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
อาจารย์ ดร.จันจิราภรณ์ ปานยินดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
อาจารย์ ดร.พรศิริ วิริยะไกรกุล	กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
อาจารย์พี่ระพงษ์ เอื้อสุนทรวัฒนา	บริษัท 3D Management Ltd.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ร่มเกล้า ศิลธรรม	นักวิชาการอิสระด้านบริหารธุรกิจ และภาษาจีน
อาจารย์ ดร.ชัยรัตน์ กิ่งแก้ว	นักวิชาการอิสระด้านภาษาจีน
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วัฒนานนท์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อิ่มสำราญ	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
Assoc. Prof. Fan Jun, Ph.D.	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
อาจารย์ Dr. Zhao Ping	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
อาจารย์ Dr. Yin Yushan	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
อาจารย์ Dr. Lee, Yao-wu	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

คณะกรรมการจัดทำวารสาร

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วัฒนานนท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สายฝน วรรณสินธพ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อิ่มสำราญ	กรรมการ
อาจารย์ไพศาล ทองสัมฤทธิ์	กรรมการ

เลขานุการ

อาจารย์ธมวดี สิริปัญญาธิ อาจารย์จันทิมา จิรขุสกุล อาจารย์ธนดล จิรสันติวงศ์ อาจารย์มนัสนันท์ ฉัตรเวชศิริ

ผู้ช่วยเลขานุการ

นางสาวเพ็ญสิริ อัครธีราเสถียร นางสาวพิชญ์ บุญประเสริฐ นางสาวธิดารัตน์ ชูเลิศ

* บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้แต่ละเรื่องผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิไม่น้อยกว่า 2 ท่าน

* บทความใน "วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน" เป็นทรัพย์สินของผู้เขียนโดยเฉพาะ กองบรรณาธิการไม่มีความคิดเห็นในข้อเขียนเหล่านั้น

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

บรรณาธิการแถลง

ปฏิเสธไม่ได้ว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ได้รับการขนานนามว่าเป็นประเทศมหาอำนาจในโลก ตะวันออกกำลังมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีในการเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล คำว่า “หยวนดิจิทัล” (Digital Currency Electronic Payment: DCEP) จะกลายเป็นคำเรียกที่มีการกล่าวถึงมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยที่ทางธนาคารกลางจีนได้ผลักดันการใช้ “หยวนดิจิทัล” อย่างจริงจังเพื่อการเตรียมความพร้อมพัฒนาในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเข้าสู่ “สังคมไร้เงินสด” (Cashless Society) และถือว่าเป็นชาติแรกในโลกที่เริ่มนำรูปแบบเงินดิจิทัลเข้ามาปรับใช้ การตื่นตัวในการพัฒนาประเทศของจีน ได้ส่งผลอย่างมากกับประเทศไทยที่เป็นหนึ่งในกลุ่มของประเทศคู่ค้าจีนอย่างเลี่ยงไม่ได้ การเข้าใจประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในทุกมิติถือเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม

วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้แก่นักวิชาการในการเผยแพร่ แลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการทางด้านภาษาศาสตร์และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับจีนในแง่มุมต่าง ๆ โดยกำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับคือ ฉบับแรกช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน ฉบับที่ 2 ช่วงเดือนกรกฎาคม - ธันวาคมของทุกปี โดยวารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 นี้ ประกอบด้วยบทความวิชาการและบทความวิจัยที่ครอบคลุมเนื้อหาด้านธุรกิจให้บริการ สังคมและวัฒนธรรมจีน การเมืองและการต่างประเทศของจีน

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เนื้อหาสาระของบทความที่นำเสนอในวารสารฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อแวดวงการศึกษา และมีส่วนช่วยพัฒนาศักยภาพงานวิชาการทางด้านจีนศึกษาของไทย



(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์)

หัวหน้ากองบรรณาธิการ



สารบัญ

หน้า

学术文章 (Academic Article)

- 论闻一多留美期间的文化体验

WEN YIDUO' S CULTURAL EXPERIENCES WHILE
STUDYING ABROAD IN USA

尹玉珊 (YIN YUSHAN)

9
- 孔子学院在泰国的发展研究

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF CONFUCIUS INSTITUTE
IN THAILAND

达红娟 (DA HONGJUAN)

19
- 《2019年个人数据保护法》如何反应中国短信APP的隐私政策分析

ANALYSIS OF HOW PERSONAL DATA PROTECTION ACTB.E. 2562 (2019)
REFLECTON CHINESE MESSAGING APPLICATION' S PRIVACY POLICY

江灵 (CHAMA JUTACHAVAKUL)

33
- 试探国际中文教学课堂冲突及应对措施

ON CONFLICTS IN INTERNATIONAL CHINESE TEACHING CLASSES
AND COUNTER MEASURES

刘凯 (LIU KAI)

53
- 云茶历史文化溯源

THE HISTORICAL AND CULTURAL ORIGINS OF YUNNAN TEA

肖迎 (XIAO YING)、包忠华 (BAO ZHONGHUA)、刘楚潇 (LIU CHUXIAO)

59
- 中国共产党与早期菲律宾社会主义运动 (1930-1957年)

THE COMMUNIST PARTY OF CHINA AND THE EARLY PHILIPPINE
SOCIALIST MOVEMENT (1930-1957)

杨静林 (YANG JINGLIN)

69



สารบัญ

หน้า

- 从语境理论角度看译者主体性在《朱子家训》英译中的发挥
ON THE ROLE OF TRANSLATOR' S SUBJECTIVITY IN
ENGLISH VERSION OF ZHU FAMILY INSTRUCTIONS FROM
THE PERSPECTIVE OF CONTEXT THEORY
周金龙 (ZHOU JINLONG)

81
- 同声传译中影响听说滞差的因素研究
A STUDY OF FACTORS INFLUENCING EVS IN SIMULTANEOUS INTERPRETING
蒋文 (JIANG WEN)

89
- 評述戰略文化與國家戰略的關係：兼論中國的戰略文化
REVIEW ON STRATEGIC CULTURE' S INTERCONNECTIONS WITH NATIONAL
FOREIGN STRATEGIES: CASE OF CHINA' S STRATEGIC CULTURE
陳鐸 (CHEN KAI)

97
- 丝绸之路起点文化传播研究
RESEARCH ON THE CULTURAL TRANSMISSION OF THE STARTING POINT
OF THE SILK ROAD
翟豪杰 (ZHAI HAOJIE)

109
- 泰国在南海争端中的角色分析
AN ANALYSIS OF THAILAND' S ROLE IN THE SOUTH CHINA SEA DISPUTE
潘艳贤 (PAN YANXIAN)

121
- 泰国 “东部经济走廊”
THE EASTERN ECONOMIC CORRIDOR, THAILAND
ชไมพร เอกสินเสริม (CHAMAIPORN EKSINSERM)

139
- แนวโน้มการจัดจ้างผลิต OEM ในประเทศไทย
TREND OF ORIGINAL EQUIPMENT MANUFACTURER IN THAILAND
ณัฐกฤตา ให้นุช (NATKRITTA HAINOCH)

149



สารบัญ

หน้า

- การวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยและแนวโน้มของผู้บริโภคชาวจีน
AN ANALYSIS OF THE THAI COSMETIC INDUSTRY AND
THE TENDENCIES OF CHINESE CONSUMERS
ปรัชญา ดิลกศรี (PRACHAYA DIROKSRI)

159
- ความสัมพันธ์ไทย – จีนสมัยโบราณและการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน
THAILAND – CHINA TRADITIONAL RELATIONS AND
CHINESE TOURIST' S TRAVELLING IN THAILAND
ประจितร์ ป้อมอรินทร์ (PRAJIT POMARIN)

169
- ข้าวต้มกับโจ๊กของชาวแต้จิ๋วในประเทศไทย
CONGEE “MI AND PORRIDGE FOR TEOCHEW PEOPLE IN THAILAND
รัตนา จันทรสารโสภณ (RATANA JANTARASARSOPHON)

181
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนจากประเทศจีนและผลกระทบต่อ
ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
CROSS-BORDER E-COMMERCE FROM CHINA AND THE IMPACT TO
THAI E-COMMERCE MARKET
วรรณันท์ โรจน์ประภัสร์ (WANTHNUN RODEPARPAT)

191
- วิเคราะห์ทิศทางของสาธารณรัฐประชาชนจีนต่ออนาคต
“หนึ่งประเทศสองระบบ” ของฮ่องกง
ANALYSIS OF PEOPLE' S REPUBLIC OF CHINA MOVEMENT THAT
AFFECTS THE FUTURE OF HONG KONG UNDER THE PRINCIPLE OF
ONE COUNTRY TWO SYSTEMS”
วัชรีย์ บริบูรณ์ (WATCHAREE BORIBOON)

203

研究文章 (Research Article)

- 中国影视在泰国的传播与影响
A STUDY ON THE INFLUENCE OF CHINESE MOVIES AND TV SERIES
IN THAILAND : A CASE STUDY OF HUACHIEW CHALERMPRAKIET UNIVERSITY

213



สารบัญ

หน้า

付飞亮 (FU FEILIANG)、刘丽芳 (PORN PAN JUNTARONANONT)
尹士伟 (TANES IMSAMRAN)、田野 (TIAN YE)

- 高校编制备案制管理模式的探索与分析—以T大学为例
EXPLORATION AND ANALYSIS OF THE MANAGEMENT MODE OF
THE PREPARATION OF RECORDS IN COLLEGES AND
UNIVERSITIES—TAKING T UNIVERSITIES AS AN EXAMPLE
冉向东 (RAN XIANGDONG)

225
- Truemove H移动公司在中国市场的营销策略研究
AN OVERVIEW OF MARKETING STRATEGY OF TRUEMOVE H FOR CHINA MARKET
李小英 (NARINDA LEERATTANALERD)

241
- 泰国国际学校IGCSE课程和中文教学探究——以Ascot国际学校为例
IGCSE CURRICULUM AND CHINESE TEACHING IN INTERNATIONAL SCHOOL -
A CASE OF ASCOT INTERNATIONAL SCHOOL
严飞霞 (YAN FEIXIA)

259
- 泰国汉语教学“给”的习得顺序研究——
以叻武里嘉中学高中汉语专业班学生为例
THE RESEARCH ON THE ACQUISITION SEQUENCE OF “gei”
IN SENIOR HIGH SCHOOL OF THAI - CHINESE TEACHING:
A CASE STUDY OF RATCHABORIKANUKROH MIDDLE SCHOOL OF THAILAND
何方 (HE FANG)

275
- 翻转课堂在高校茶文化英语教学中的应用研究
THE APPLICATION OF FLIPPED CLASSROOM IN ENGLISH
TEACHING ON TEA CULTURE IN COLLEGES
陆凯 (LU KAI)

291





论闻一多留美期间的文化体验

WEN YIDUO'S CULTURAL EXPERIENCES WHILE STUDYING ABROAD IN USA

尹玉珊

YIN YUSHAN

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: yyssmm2005@gmail.com

Received: 28 March 2020 / Revised: 27 May 2020 / Accepted: 28 May 2020

摘要

闻一多 1922—1925 年在美国留学期间，切身体验了美国的物质主义文化和种族歧视现象，加深了对美国文化的反感和对中国文化的认同。这种文化体验集中反映在他留美期间的书信、创作之中，并对他此后的文学创作与人生道路产生了深远影响。

关键词：闻一多，美国文化，物质主义，种族歧视，文化认同

ABSTRACT

From 1922 to 1925, Wen Yiduo's experiences of American materialism and racism resulted in his deeper disgust at American cultures and his reinforced identification with Chinese cultures. These cultural experiences not only left a profound mark on his writings during studying abroad, but also made a far-reaching influence on his later works and his whole life.

Keywords: Wen Yiduo, American cultures, materialism, racism, cultural identity

闻一多(1899-1946)是中国现代著名诗人、学者,代表作有白话诗集《红烛》、《死水》和古典文学研究著作《楚辞校补》、《诗经新义》等。不同于许多激烈反对中国传统文化的新文学作家,闻一多终生保持了对传统文化的高度认同。他青年时代的美国留学经历,不但加深了他对中美文化差异的认知,而且从反方向强化了他对中国传统文化的认同。1922—1925年间,闻一多先后留学于芝加哥美术学院(The Art Institute of Chicago)、科罗拉多大学(Colorado College)、纽约艺术学生联合会(The Art Students League of New York)。他原计划在美国学习五年,但是仅仅读了三年就提前回国了。这是因为,留美期间他切身体验了美国的物质主义文化和种族歧视现象,对美国文化越来越反感与排斥,并且在对比中深化了对中国文化的理解与认同。这些文化体验集中反映在他留美期间的书信、创作之中。

一、物质主义

二十世纪初美国发达的物质文明,给闻一多留下了直观、深刻的印象。不过,这些观感和体验带给他很多负面的感受,让他觉得不适应,产生了排斥感。正如他的同学梁实秋所言:“一多的思乡病是异于寻常的,他是以纯粹中国诗人的气质而一旦投身于物质文明极发达的蛮荒。”[28]

虽然闻一多在留美预备学校——清华学校学习多年,做好了留学的各种准备,但是他对赴美留学的兴致并不高。这一方面源于他独特的“中国诗人的气质”,因为他是“以诗人和艺术家自居的,而且他崇拜的是唯美主义”,他觉得“美国的物质文明尽管发达,那里的生活未必能适合他的要求”。他曾对梁实秋说过,“他根本不想到美国去,不过既有这么一个机会,走一趟也好”。[27]另一方面,他在清华学校学习期间,对美国的物质主义文化有了初步体验,这不但引起了他的反感,也使他对于未来的留美生活更加悲观。从清华学校毕业前夕,他专门写了《美国化的清华》作为“临别的赠言”,尖锐批评清华“太美国化了”:“清华不应该美国化,因为所谓美国文化者实不值得我们领受!美国文化到底是什么?据我个人观察清华所代表的一点美国化所得来的结果是:笼统地讲,物质主义;零碎地数,经济,实验,平庸,肤浅,虚荣,浮躁,奢华——物质的昌盛,个人的发达”。他在呼唤摒弃美国物质主义文化的同时,表达了回归中国传统文化渴望:“美国化呀!够了!够了!物质文明!我怕你了,厌你了,请你离开我罢!东方文化啊!支那底国魂啊!‘盍归乎来!’让我还是做我东方的‘老憨’吧!”[5]

赴美之前闻一多虽然以清华学校为中介,对美国物质文明有了初步的感受,但是这种感受毕竟是间接的、第二手的,当他来到美国,置身于“物质文明极发达的蛮荒”的时候,所受到的冲击空前强烈。“现实的生活时时刻刻把我从诗境拉到尘境来。我看诗的时候可以认定上帝——全人类之父,无论我到何处,总与我同在。但我坐在饭馆里,坐在电车里,走在大街上的时候,新的形色,新的声音,新的臭味,总在刺激我的感觉,使之仓皇失措,突兀不安。感觉与心灵是一样地真实。”[12]闻一多留学的二十世纪二十年代,正值美国第二次工业革命结束后资本主义高度发达时期,他先后留学的芝加哥、纽约又是全美工业文明最发达的两大城市,特别是芝加哥工厂众多,空气污染严重。他不禁感叹“我到芝加哥才一个星期,我已厌恶这种生活了!”[11],在向友人展示自己新写

的诗时，也特意强调“在这种环境里还能做得出诗来，真是不易。现在寄来给你们来闻闻，有煤烟味儿没有。”[17]在这种负面情绪影响下，闻一多和同住的同学钱宗堡一起“镇日痛诋西方文明”，感慨“稍有思想的人一到此地没有不骂的”[17]。不久钱宗堡患上肺病住院治疗，只剩闻一多独自面对这种“唯物”的生活，让他更加痛苦：“想想这种滋味——一个‘东方老憨’独居在一间 apartment house 底四层楼上，抬头往窗口一望，那如象波涛的屋顶上，只见林立的烟囱开遍了可怕的‘黑牡丹’；楼下是火车、电车、汽车、货车，永远奏着惊心动魄的交响乐。……”[21]

让闻一多尤其不满的是，美国人的精神生活并没有像物质生活一样发达。与在清华读书时他身边围绕着一群志同道合的朋友不同，留美期间他失望地发现，周围尽是些重物质而轻精神的庸俗之人，想找个情投意和的朋友简直难上加难。虽然芝加哥美术学院三分之二的学生是女性，但是她们都不能引起他的任何兴趣，因为“都是些 dolls”[9]。“doll”在英文里表示洋娃娃、玩偶的意思，特指美丽但无头脑的女孩，这一词的使用形象表现了闻一多对徒有其表、精神空虚的美国同学的厌恶。留学一周年之际他哀叹“这一年生活苦极了，除了同一位同班的洋姑娘偶尔谈谈初浅的文字知识以外，竟没有人共谈了。一年已经苦够了”[22]，在给家人的信中也坦言“讲来讲去我不喜欢美国。美国的学生没有中国北京、上海、杭州、南京等地的学生善于思想、勤于思想。他们在我眼里都是年轻的老腐败。”[7]他越是对美国同学不满，就越是珍惜与清华旧友的友谊：“我从每日阅读中产生了极其丰富的感受，不得不一吐为快，给你们写信几乎是我唯一的表达方式。我在这里找不到任何可以谈论诗歌的人，甚至有时候我稍微谈一些这方面的内容，就会被人嘲笑，所以我渴望能和你们保持频繁的书信联系。”[13]

二、种族歧视

除了“物质文明极发达的蛮荒”之外，种族歧视也是闻一多美国体验的重要内容。种族歧视与物质主义文化之间具有内在联系，发达的物质文明大大增强了美国人的优越感，深化了他们对其他种族的偏见和鄙视。身为弱国子民，华人所遭遇的歧视尤其严重，“其表现的方式有时是直截了当的侮辱，有时是冷峻的保持距离，有时是高傲的施予怜悯。我们的华侨，尽管有少数赤手起家扬眉吐气的，大多数人过的是忍气吞声的生活。”[28]闻一多、梁实秋留美期间曾有多次种族歧视的经历，可以从“毕业典礼事件”和“奖励事件”推知一二。1924年闻一多和梁实秋一起从科罗拉多大学毕业。闻一多因没有通过数学考试而未能获得学位，包括梁实秋在内六位获得学位的中国学生参加了毕业典礼。按照惯例举行毕业典礼时，毕业生一男一女一对一对地走向主席台领取学位证书。令人尴尬的是，由于种族偏见作祟，没有一个美国女生愿意和中国男生站在一起，最后学校不得不将六个中国男生自行排成三对，走在队伍最前端。闻一多作为这一事件的目击者，他的反应比当事人梁实秋还要强烈：“我们心里的滋味当然不好受，但是暗中愤慨的是一多。虽然他不在毕业之列，但是他看到了这个难堪的场面，他的受了伤的心又加上一处创伤。诗人的感受是特别灵敏的，他受不得一点委屈。零星的刺激终有一天会使他爆发起来。”[28]梁实秋还以闻一多为原型，塑造了小说《公理》中的W君这一形象。当W君听说主人公的种族歧视经历时，反应比主人公还要剧烈：“W君

正在画一幅油画，穿着一件涂满油污的布袍，桌上一尊珐琅宝鼎里面正焚着浓馥的檀香。鲁和把在丹佛的经过告诉了他，他听完了的时候将手里握着的长杆画笔用力的向桌上一敲，笔杆折了两截。

‘是可忍孰不可忍！……’ [25] W 君的愤激反应充分显示了种族歧视对闻一多造成的巨大伤害。“奖励事件”也与之类似。闻一多在芝加哥美术学院就读期间，因各门功课成绩俱佳荣获最优等名誉奖。依照惯例，学校将派他去欧洲学习考察作为奖励，他也提前向家人报告了这一好消息，但是很快他便失望地发现，“此校虽有此例，而仅限于其本国国人，故余已绝望矣”。原本他为自己学习成绩超过美国人、大涨中国人志气而骄傲不已，“功课成绩总在人上，洋竖子不足畏也” [15]，甚至故意对家人避而不谈获奖的事，以示“余不引此为荣也”。不料美国人的种族偏见使他赴欧学习的梦想化成泡影，“于此更见美人排外观念之深，寄居是邦者，其何以堪此？”他甚至颇为阿 Q 地表示：“今此等名誉奖乃不值钱的臭东西，送给我我也不要呢！” [16]。这种“精神胜利法”式的表态，更突显了他内心的伤痛。

种族歧视的经历不但深深刺伤了闻一多，还使他对整个美国文化形成了负面认知：“美利加非我能久留之地也。一个有思想之中国青年留居美国之滋味，非笔墨所能形容。俟后年底我归家度岁时当与家人围炉絮谈，痛哭流涕，以泄余之积愤。……总之，彼之贱视吾国人者一言难尽。我归国后，吾宁提倡中日之亲善以抗彼美人，不言中美亲善以御日也。” [8] “在国时不知思家之真滋味，出国始觉得也，而在美国为尤甚，因美政府虽与我亲善，彼之人民忤我特甚（彼称黄、黑、红种人为杂色人，蛮夷也，狗彘也）” [6]，“家中慎勿疑我变洋人，不思归家。我在美多居一年即恶西洋文明更深百倍。耶稣我不复信仰矣” [15]。他甚至打算作一个“series of sketches”（系列描写），用自由诗的形式“描写中国人在此邦受气的故事” [23]。

种族歧视体验还与物质文化体验相结合，为闻一多的美国物质文明批判增添了愤激的情绪色彩。“呜呼，我堂堂华胄，有五千年之政教、礼俗、文学、美术，除不娴制造机械以为杀人掠财之用，我有何者多后于彼哉，而竟为彼所藐视、蹂躏，是可忍孰不可忍！” [6] “我乃有国之民，我有五千年之历史与文化，我有何不若彼美人者？将谓吾国人不能制杀人之枪炮遂不若彼之光明磊落乎？” [8] 留美期间的诗歌创作集中体现了这一思想。《孤雁》、《长城下之哀歌》以形象化的方式揭露美国文明的丑恶面目，《洗衣歌》更在批判之余，为饱受屈辱的美国华人正名。华人在美国大多从事洗衣行业，“外人至有疑支那乃举国洗衣匠者”，中国留学生也常常遭到误认，为此产生屈辱、自卑的感觉。闻一多一反这一负面情绪，指出真正肮脏的并不是华人：“我洗得净悲哀的湿手帕，/ 我洗得白罪恶的黑汗衣，/ 贪心的油腻和欲火的灰，……/ 你们家里一切的脏东西/ 交给我洗，交给我洗。/ 铜是那样臭，血是那样腥，/ 脏了的东西不能不洗，/ 洗过了的东西还是得脏，/ 你忍耐的人们理它不理？/ 替他们洗！替他们洗！”在他看来，华人洗涤的不仅是肮脏的衣服，更是脏衣服所象征的“铜臭”、“血腥”、“贪心”、“罪恶”的美国文化，所以“洗衣的职业确乎含着一神秘的意义”。他甚至将洗衣的华人与耶稣的父亲联系起来，“你说洗衣的买卖太下贱，/ 肯下贱的只有唐人不成？/ 你们的牧师他告诉我说：/ 耶稣的爸爸是做木匠出身，/ 你信不信？你信不信？”这一联系既体现了他对种族歧视的激烈反抗，又显示了他对美国文化的厌恶、对中国文化的认同。

三、文化认同

一般来说, 跨文化旅行者对异国文化的体验常常导致对本国文化的重新认识与认同。正如周宪所言, 认同是对自我的认识, 自我认识与其说是孤立的“我思”的产物, 不如说是在与他者的差异比较中被“生产”出来的, “说到底, 认同其实是一个差异问题, 差异又总是在与不同事物或环境的比较和对照中才能见出。就像心理学所发现的规律一样, 人对自我的认识总是通过他人的反应来获得的。”[2] 闻一多的美国体验便生动印证了这一点。他越是厌恶美国文化, 越是意识到中国文化与美国文化的差异, 就越是认同中国文化。留美期间他对中西文化的差异有了前所未有的切身感受: “西方的生活是以他的制造算的; 东方的生活是以生活自身算的。西方人以 accomplishment 为人生之成功, 东方人以和平安舒之生活为人生之成功。所以西方文明是物质的, 东方的是精神的。”[11] 他对中国文化的认同也达到了高潮。“家中慎勿疑我变洋人, 不思归家。我在美多居一年即恶西洋文明更深百倍。耶稣我不复信仰矣。‘大哉孔子’其真圣人乎! 我回乡之日, 家人将见我犹一长衫大袖, 憋气浑身之巴河老。家人其拭目待之!”[15] “‘不出国不知道想家的滋味’……我想你读完这两首诗, 当不致误会以为我想的是狭义的‘家’。不是! 我所想的是中国的山川, 中国的草木, 中国的鸟兽, 中国的屋宇——中国的人。”[12]

在这一心态影响下, 闻一多留美期间的诗歌以形象化的方式, 集中表现了中国文化的审美特征与历史内涵, 抒发了对中国文化强烈的爱, 《另一个支那人的回答》便是典型的代表。1923 年在科罗拉多大学就读期间, 有美国学生在校报上发表了一首名为 *The Sphinx* (《狮身人面像》) 的诗, 诗中指出中国人沉默、神秘, 就像狮身人面像一样, 让人不明白他们在想些什么。针对这一种族偏见, 梁实秋和闻一多分别创作《一个支那人的回答》和《另一个支那人的回答》予以反驳, 其中闻一多的诗更长、也更有冲击力: “我脸如狮身人面像, /你说, /它使你困惑, /你希望我唇齿清楚, /你要我回答, /不过, /要是我的话对你是个谜, /又怎么办呢? /你不愿坐下来, /同我干一杯茶, /缓慢地、斯文地、不断地啜饮; /你不愿在平静清洁、满满的茶杯的颤动的水汽上/任你神思飘逸, /你如此忙碌急躁/不愿发现我的旨意。/甚至我的话对你也是个谜, /因此我宁可保持沉默。/但你向我招呼, /我喜欢你孩子般的声音, /天真而羞答答地。/我们做朋友吧, /但我仍愿保持沉默。/我将沉默地送你/最好的礼物, /送你一只玉制的茶杯/透明而稀薄, /碧绿如竹林中的朦胧光线, /我将送你一件锦袍, /绣满奇异豪华的彩图, /菱形的彩色块, /蝙蝠和彩蝶, /有金色长须、道貌岸然的龙, /用梦幻般闪亮丝线织成; /我将赠你花束, /有桃花、梅花、梨花; /我将赠你绸面精装, /充斥着奇怪方块字的典籍。/沉默地, 敬畏地, /我将赠你最好的礼物。/以我的礼物为伴, /你将了解我, /你将了解狡诈, /恶行, /或仅仅智慧。/但是我的话可能对你是个谜, /因此我宁可保持沉默。”[4] 在闻一多笔下, 并不是中国人故作神秘, 而是浅薄的美国人无法理解博大精深的中国文化。虽然“我”愿意与美国人作朋友, 并以玉杯、锦袍、花束、典籍等“最好的礼物”相赠, 但是对“孩子般”、“忙碌急躁”的美国人而言, “我的话可能对你是个谜, /因此我宁可保持沉默”。这首诗虽然风格含蓄, 但是对中美文化差异的揭示、对美国人种族偏见的批判却清晰可辨。正如许芥昱所言, 闻一多在诗中暗示古老的中国文化“远远超过一个称他为‘支那’的美国人的理解能力”。[1]

与《另一个支那人的回答》相似，闻一多留美期间的诗作充满了对中国文化的热爱与赞美，甚至“把祖国理想化到了一种不可思议的程度”[26]，“被自己所创造的美感所倾倒”[29]。《忆菊》在“热欲的蔷薇”和“微贱的紫罗兰”的对比之下，赞美菊花所代表的中国“高超的历史”和“逸雅的风俗”，“我要赞美我祖国底花！/我要赞美我如花的祖国！”《太阳吟》中的太阳更是游子寄托思乡之情的载体：“太阳啊，也是我家乡底太阳！/此刻我回不了我往日的家乡，/便认你为家乡也还得失相偿。/太阳啊，慈光普照的太阳！/往后我看见你时，就当回家一次；/我的家乡不在地下乃在天上！”《孤雁》批判西方文明“撕破了自然底面目，建筑起财力底窝巢”，抒发了对“天人合一”的中国文化的思念：“归来偃卧在霜染的芦林里，/那里有校猎的西风，/将茸毛似的芦花，/铺就了你的床褥/来温暖起你的甜梦。/归来浮游在温柔的港渚里，/那里方是你的浴盆。/归来徘徊在浪砥的平沙上，/趁着溶银的月色，/婆娑着戏弄你的幽影。/归来罢，流落的孤禽！/与其尽在这水国底绝塞，/拼着寸磔的愁肠，/泣诉那无边的酸楚，/不如棹翅回身归去罢！”《口供》更是直抒胸臆，表达了炽热的爱国情怀：“我爱的是白石的坚贞，/青松和大海，/鸦背驮着夕阳，/黄昏里蝙蝠的翅膀。/你知道我爱英雄，还爱高山，/我爱一幅国旗在风中招展，/自从鹅黄到古铜色的菊花。/记着我的粮食是一壶苦茶！”

闻一多对中美文化的不同态度甚至影响了他此后的整个艺术道路。留美期间他放弃了西方美术专业，全心致力于中国文学创作，甚至还恢复了旧体诗的写作。这一独特选择充分表现了他在美国体验影响下对西方文化的排斥、对中国文化的认同。

他个人诗集《红烛》设计封面时，不想使用图画，只想使用文字，因为他的画风不免带有西方色彩，这恰恰是他所厌恶、想极力避免的：“我画出的图案定免不了西洋式；我正不愿我的书带了太厚的洋味儿（今天我带黄荫普、何运暄、宋俊祥、雷海宗、姚崧龄等去逛 Field Museum 同 Art Institute Museum，我不引他们久看西洋画，而到有中国底美术品之处，我总对他们讲解赞叹，他们莫名其妙了）。”[19]虽然闻一多在美国学习的是西方美术专业，但是带领中国留学生参观博物馆时，极力“讲解赞叹”中国美术作品，对西方绘画则避之不及，这一态度着实耐人寻味，难怪留学生们“莫名其妙了”。与此同时，他频频质疑自己的专业选择：“我现在着实怀疑我为什么要学西洋画，西洋画实没有中国画高”[14]，“我日渐觉得我不应当作一个西方的画家，无论我有多少的天才！”[20]。1923 年梁实秋赴美留学，闻一多毅然离开芝加哥美术学院，转往梁实秋所在的科罗拉多大学，二人经常一起研讨中国文学。在梁实秋看来，“这对于一多在求学上是一大转折点，因为从此他对于文学的兴趣愈益加浓，对于图画则益发冷淡了。”[28]

在“五四”新文学的感召下，闻一多 1919 年之后基本放弃了旧体诗，全心投入于白话诗创作，甚至批判写旧体诗是卖弄“陈猫古老鼠”的行为，“我诚恳恳地奉劝那些落伍的诗家，你们要闹玩儿，便罢，若要真做诗，只有新诗这条道走，赶快醒来，急起直追，还不算晚呢”[24]。令人意想不到的是，留美末期他竟又恢复了旧体诗的写作。1925 年 4 月他在信中抄录了自己的几首近作。这几首诗不但形式上是旧体的，思想内容上也呈现出复古的倾向。“六载观摩傍九夷，/吟成缺舌总猜疑。/唐贤读破三千纸，/勒马回缰作旧诗。”（《废旧诗六年矣。复理铅槧，纪以绝句》）“艺国前途

正杏茫，/新陈代谢费扶将。/城中戴髻高一尺，/殿上垂裳有二王。/求福岂堪争弃马？/补牢端可救亡羊。/神州不乏他山石，/李杜光芒万丈长。”（《释疑》）“天涯闭户赌清贫，/斗室孤灯万里身。/堪笑连年成底事？/穷途舍命作诗人。”（《天涯》）“一代风流薄幸哉！/钟情何处不优俳？/琵琶要作诛心论，/骂死他年蔡伯喈！”（《实秋饰蔡中郎演〈琵琶记〉，戏作柬之》）[18]这些诗是他“废旧诗六年”之后，“复理铅槧”、“勒马回缰作旧诗”的产物。诗中所宣扬的“神州不乏他山石，李杜光芒万丈长”、“六载观摩傍九夷，吟成馥舌总猜疑”的保守意识也极为罕见。值得注意的是，1925年回国之后，他又转而从事新诗创作，并未持续留美期间旧体诗写作的势头。这一旧诗短暂“回潮”的现象看似难以理解，实则是留美期间厌恶美国文化、认同中国文化的必然产物。他越是厌恶美国文化，就越渴望到中国传统文化中寻求抚慰。刚到美国他一边“镇日痛诋西方文明”，一边“竟拿起韩愈底《原道》来哼开了”，还带着《十八家诗抄》到公园里阅读。[17]1923年他创作了诗歌《园内》，它虽以清华学校为题材，却表现出明显的复古倾向。诗的末章写道：“云气氤氲的校旗呀！/你便是东来的紫气，/你飘出函谷关，向西迈往，/你将挟着我们圣人底灵魂，/弥漫了西土，弥漫了全球！”它通过清华校旗“挟着我们圣人底灵魂”“弥漫了全球”，表达了对中国文化引领全世界的期望和信心，复古意识显而易见。对于《园内》“不合时宜”的复古倾向，闻一多本人也有着清醒的认识：“诗中的典故同喻词中，也可看出我的复古底倾向日甚一日了。末章底 appeal 恐怕同学们读了，要瞋目咋舌，退避三舍罢？但是这种论调他们便在美国也是终久要听到的。倒不如早早地听惯了的好，省得后来大惊小怪，不知所措。”[10]“这种论调他们便在美国也是终久要听到的”暗示了自己的复古倾向与美国体验之间的内在联系。闻一多在点评郭沫若的诗作时，也表达了类似的复古论调：“东方底文化是绝对地美的，是韵雅的。东方的文化而且又是人类所有的最彻底的文化。哦！不要叫被叫嚣犷野的西人吓倒了！”[3]回国以后，作为对立物的美国文化环境消失了，彼时的中国仍是一片轰轰烈烈的“西化”热潮，这时旧体诗再次淡出了他的视野，他又恢复了新诗写作。

从在芝加哥美术学院学习西方绘画，到在科罗拉多大学转向中国文学创作，再到在纽约艺术学生联合会向美国社会介绍中国戏剧，闻一多留美的三年是一个在美国体验影响下，越来越疏离美国物质主义文化、亲近中国文化艺术的过程。“蜚居异域，何殊谪戍？能早归国，实为上策。”[18]回国以后，不管是他的爱国新诗创作，还是古典文学研究，直至为民主运动献出生命，都可以看出留美体验对他的文学与人生的深远影响。

参考文献

- [美] 许芥昱.从调色板到诗——《闻一多》第三章 留学(1922—1925 年).[J].中国现代文学研究丛刊,1984,2:353
- 周宪.全球化与文化认同.中国文学与文化的认同.[M].北京:北京大学出版社, 2008.21
- 闻一多.《女神》之地方色彩.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(2). 123
- 闻一多.另一个支那人的回答.闻一多年谱长编.[M].武汉:湖北人民出版社,1994.235-237
- 闻一多.美国化的清华.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(2). 340
- 闻一多.致父母亲.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12). 50
- 闻一多.致父母亲.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).115
- 闻一多.致父母亲.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).138
- 闻一多.致吴景超、梁实秋.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).111
- 闻一多.致吴景超、梁实秋.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).155
- 闻一多.致吴景超、翟毅夫、顾毓琇、梁实秋.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).52-53
- 闻一多.致吴景超.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).74-79
- 闻一多.致亲爱的朋友们.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).62
- 闻一多.致闻家骊.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).146
- 闻一多.致家人.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).194-195
- 闻一多.致家人.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).181
- 闻一多.致梁实秋、吴景超.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).63-68
- 闻一多.致梁实秋.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).222-223
- 闻一多.致梁实秋.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).125
- 闻一多.致梁实秋.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).148
- 闻一多.致梁实秋.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).175
- 闻一多.致梁实秋.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).177
- 闻一多.致梁实秋.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(12).210
- 闻一多.敬告落伍的诗家.闻一多全集.[M].武汉:湖北人民出版社, 1993(2). 38
- 梁实秋.公理.[J].大江季刊, 1925, 1
- 梁实秋.评一多的诗六首.[J].清华周刊,1923,269
- 梁实秋.闻一多在珂泉.[N].益世报, 1947-9-14
- 梁实秋.谈闻一多.[M].台北:传记文学出版社, 1967,19-60
- 谢冕.死水下面的火山——论闻一多的《红烛》及《死水》.[J].十月,1980,3



	Name and Surname (姓名): YIN YUSHAN
	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): Modern Chinese literature, Chinese teaching
	Address (地址): Faculty of Chinese language and culture, Huachiew Chalermprakiet University, Bangphi, Samut prakan, 10540, Thailand





孔子学院在泰国的发展研究

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF CONFUCIUS INSTITUTE IN THAILAND

达红娟

DA HONGJUAN

Thailand - China Research Center of the Belt and Road Initiative

E-mail: 710049080@qq.com

Received: 10 April 2020 / Revised: 17 May 2020 / Accepted: 19 May 2020

摘要

泰国是亚洲建立孔子学院和课堂最多的国家。孔子学院的迅速发展为泰国推广汉语教学发挥了极其重要的作用，打开了泰国全民学习汉语的格局。数十年来，泰国孔子学院在推广汉语教学和中华文化传播方面进行了成功的探索，摸索出一整套经验，从而促进了中泰两国的文化交流，增强了两国人民的互信与理解，进一步密切了两国战略合作伙伴关系。泰国孔子学院取得的重大成果在中泰文明互鉴中发挥了举足轻重的作用，在促进中泰两国友好关系方面产生了广泛而深远的影响。

关键词：泰国，孔子学院，汉语教学，文明互鉴

ABSTRACT

Thailand has the largest number of Confucius Institutes and classrooms in Asia. The rapid development of Confucius Institutes have played an extremely important role in promoting Chinese language teaching in Thailand, opened the door of learning Chinese for the whole people in Thailand. Over the past decades, Confucius Institutes of Thailand have successfully explored the promotion of Chinese language teaching and Chinese culture activities, subsequently found out a lot of experience which promoted cultural exchanges between China and Thailand. Furthermore, it has enhanced mutual trust and understanding between the Thai and Chinese peoples and further strengthened the strategic partnership of cooperation between the two countries. At the same time, the great achievements of Confucius Institutes in Thailand have played an important role in the mutual learning of Chinese and Thai civilizations, produced a far-reaching impact on promoting the friendly relations between China and Thailand. Enhancing mutual trust and understanding between the two peoples, and further strengthening the strategic partnership

between the two countries. The great achievements of Confucius Institute in Thailand have played an important role in the mutual learning of Chinese and Thai civilizations, and have a wide and far-reaching impact on promoting the friendly relations between China and Thailand.

Key words: Thailand, Confucius Institute, Chinese Language Teaching, Mutual Learning among Civilizations

文明因多样而交流，因交流而互鉴，因互鉴而发展。(国务院新闻办公室网站，[online]，2019)
语言是文明的载体，文明间的交流离不开语言。2006 年泰国第一所孔子学院—孔敬大学孔子学院建立，此后孔子学院和孔子课堂在泰国大受欢迎并快速发展，至今中泰两国合作的孔子学院达到 16 所，孔子课堂达到 21 所，数量均排名亚洲地区第一。在孔子学院的推动下，泰国汉语学习人数大幅提升，中泰两国间语言文化交流更加频繁，为中泰两国“一带一路”合作打下坚实的基础，为中泰文明互鉴创造了有利的条件。

一、孔子学院在全球的发展

二十一世纪初，中国改革开放进入“走出去”阶段，中国与各主要国家的贸易联系更加紧密，中国企业对外直接投资大幅增加。随着中国超越日本成为全球第二大经济体，中国在国际社会的影响力不断提升，世界各国对中国的关注度大幅上升，对汉语学习的需求急剧增长。因此，中国在 2002 年成立国家汉语国际推广领导小组办公室（以下简称“国家汉办”），在 2004 年借鉴英、法、德、西等国推广本民族语言经验的基础上，探索在海外设立以教授汉语和传播中国文化为宗旨的非营利性教育机构“孔子学院”。国家汉办是孔子学院的管理机构，孔子学院主要职能是负责中国对外汉语教学和汉语国际推广。孔子学院成立以来，各地孔子学院充分利用自身优势，开展丰富多彩的教学和文化活动，逐步形成了各具特色的办学模式，成为各国学习汉语语言文化、了解当代中国的重要场所。(孔子学院总部，[online]，2020)

2006 年，世界各国学习汉语的需求急剧增长。全球 100 多个国家近 3000 所高等学校开设了汉语课程和专业，英国、韩国、泰国、越南、印度尼西亚、马来西亚等国都把汉语纳入国民教育体系。中国为了更好地帮助各国民众学习汉语，了解中华文化，由中国国务院国家汉语国际推广领导小组下设国家汉办，负责向外国提供汉语师资、教材、考试及质量评估等一系列服务。

2006 年，也是汉语国际推广工作具有划时代意义的一年。为适应世界各国急剧增长的汉语学习需求，更好地帮助外国人了解中国语言文化，国家汉办积极与世界各国开展深入的交流与合作，使孔子学院建设和国际推广工作取得了显著进展。(许琳，[online]，2006)

截至 2006 年底，中国与各国合办的孔子学院（包括孔子学校、孔子课堂）122 所，其中亚洲 43 所，欧洲 44 所，美洲 25 所，非洲 6 所，大洋洲 4 所。此外，还有 43 个国家和地区的 200 多家机构提出了设立申请。2006 年末，全球的孔子学院已经开设各种层次，各种形式的汉语课程 300 多门，开班人数达到 1.3 万人次；同时，举办了各种文化、经贸讲座及展览、演出等活动，参与者达 22 万余人次。

2006 年国家汉办也加大了对孔子学院和全球合作院校的支持力度, 向 80 个国家派出汉语教师 1004 人, 是 2005 年派出人数的 3 倍。向 34 个国家派出汉语志愿者教师 1050 人, 是 2005 年派出人数的 1.5 倍。与此同时, 国家汉办也加大了对本土教师的培训, 2006 年累计培训本土教师人数达到 15, 896 人次, 同时与中国国内 12 所院校设立国际教育专业的硕士点, 招生达到 300 人。(许琳, [online], 2006)

截至 2018 年 12 月 31 日, 全球 154 个国家(地区)建立 548 所孔子学院和 1193 个孔子课堂, 5665 个教学点。孔子学院遍布 147 个国家(地区), 其中, 亚洲 34 国(地区) 126 所, 非洲 43 国 59 所, 欧洲 41 国 182 所, 美洲 24 国 160 所, 大洋洲 5 国 21 所。孔子课堂分布在 83 个国家(地区)(缅甸、瓦努阿图、格林纳达、莱索托、库克群岛、安道尔、欧盟只有孔子课堂, 没有孔子学院), 其中, 亚洲 22 国 114 个, 非洲 18 国 41 个, 欧洲 30 国 341 个, 美洲 9 国 595 个, 大洋洲 4 国 102 个。(孔子学院总部 / 国家汉办, [online], 2020) 孔子学院现在拥有专职教师 4.7 万人, 各类面授学员 186 万人, 网络注册学员 81 万人, 每年举办的各类比赛、文化传播活动受众达到 1300 万人。

截至 2018 年, 国家汉办通过“请进来”和“走出去”相结合的方式加大中方教师志愿者选拔、培训和派出力度, 大力培养培训各国本土汉语教师。累计派出 10.5 万名院长、教师和志愿者; 培养培训各国本土汉语教师 46 万人次。支持 10 国 15 所外国大学建立汉语师范专业, 培养本土教师 1031 人。为南亚 7 国培养培训本土教师 6401 人, 其中 2018 年培养培训 1101 人。面向“一带一路”国家汉硕专业留学生招聘本土教师, 累计聘用“汉硕”本土教师 165 人。在美国、英国、德国等 17 国 33 所孔子学院设立核心教师岗位, 聘用 34 人。

另外, 国家汉办不断优化志愿者管理, 修订《汉语教师志愿者培训大纲》, 完善“互联网 +”志愿者管理模式, 积极探索线上线下相结合的新模式, 通过在线管理平台开展实时指导, 在志愿者人数集中的国家派驻管理教师, 实现靠前管理。

与此同时, 国家汉办和孔子学院还制定《国际汉语教学通用课程大纲》《国际汉语教材编写指南》等各类汉语教学标准、教材评估体系; 开发认证、推广各类多语种汉语教材、文化读物、工具书等教学产品。孔子学院总部主干教材资源库达 54 个语种, 6700 多册汉语教材和文化读物。完成《汉语图解词典》《汉语图解小词典》《汉语 800 字》三套工具书 80 个语种的翻译出版。“国际汉语教材编写指南”在线版注册用户达 11.5 万人, 取得各类教材编写成果 6 万余件。截至目前, 共有 114 个国家的 457 所孔子学院(课堂)开发了适应当地教学大纲和考试标准的本土教材 3119 册。全球孔子学院出版学术著作、译作 640 多册, 开展学术研究项目 1600 多个。(孔子学院总部 / 国家汉办, [online], 2018)

二、泰国孔子学院发展的历程

回顾历史, 泰国汉语教育发展历程跌宕起伏, 从最初“下南洋”的华人自发兴办教育, 到第二次世界大战前后泰国民族主义兴起打压华文教育, 到 1975 年中泰两国正式建交后汉语教学逐步放开, 再到 21 世纪中泰两国汉语教学全面合作, 至今泰国在国家汉办和孔子学院的大力支持下, 已经兴起全面的汉语学习热潮。

泰国虽然在 1975 年后对华文教育逐渐松绑，但从二战后数十年间的对华文教育的高压政策导致华文教育被泰国教育体系边缘化，致使华文教育未能建立统一在全国推广的课程设置、汉语教材和教学评估体系。最为严重的是汉语教师的缺乏，泰国本土汉语教师不仅数量上较少，而且长期缺乏必要的培训，教学技能和课程内容已经与主流的汉语教学拉开差距。

（一）赴泰志愿者的先行先试

随着中国的快速发展和中泰两国交往日益密切，泰国皇室与泰国政府对汉语高度重视，一致认为在学校开展汉语教学不仅有利于中泰两国人民友好关系的建立和发展，更是泰国发展经济和提高国际化水平的需要。在此背景下，针对汉语师资短缺的问题，汉语教师志愿者项目开始在泰国实施。

2003 年，中国国家汉办率先向泰国教育部民校教育委员会下属的学校派出了第一批汉语教师志愿者。21 名来自云南师范大学的本科毕业生作为首批汉语教师志愿者在泰国民办学校教授汉语。随后，泰国基础教育委员会，高等教育委员会和职业教育委员会、成人教育委员会也相继向中国国家汉办申请汉语教师志愿者到其下属院校教授汉语。汉语教师志愿者项目迅速成为泰国汉语教学的一支主力军，在泰国遍地开花。十多年来，汉语教师志愿者任教于泰国各地区的大中小学，志愿者人数急剧增长。自 2003 年以来，中国国家汉办向泰国派出十七批汉语教师志愿者，累计 10000 多人次，极大程度上缓解了泰国汉语师资匮乏的问题。

（二）中泰政府间汉语教学合作框架确立

2005 年 8 月至 12 月，时任泰国教育部长乍都隆·彩盛制定了“在泰国推广汉语教学的五年战略规划”，将汉语教学推广作为泰国一项国家教育政策确定下来。2006 年是中泰两国汉语教学的一个历史性节点。2006 年 1 月 11 日，国家汉办与泰国教育部签署《中国国家汉办与泰国教育部关于汉语教学的合作框架》（以下简称“中泰合作框架”）。中国教育部副部长章新胜与时任泰国教育部长乍都隆·彩盛在泰共同主持、见证了中国国家汉办与泰国教育部所属的五个教育委员会的中泰合作框架签字仪式。此协议的实施，使泰国汉语教学由民间组织形式迅速扩展并转变成中泰两国政府间的合作。（孔子学院总部驻泰国王国代表处，[online]，2020）中泰合作框架中规定，中泰两国将进一步加强汉语教学合作，具体讲从 7 个方面展开交流合作：

- 1) 合作举办 2006 年泰国汉语教学展。
- 2) 开发面向泰国市场的中小学汉语课程大纲和汉语教材。
- 3) 开发网络教学项目。
- 4) 组织为期 3 个月的泰国汉语教师培训项目。
- 5) 提供 100 个奖学金名额，联合培养泰国汉语师资。
- 6) 国家汉办派遣志愿者项目增加至每年 500 名。
- 7) 在泰国设立强化汉语人才培训中心。



自此，汉语教学正式进入了泰国国家主流教育体系。中泰汉语教育与文化互动交流日益丰富。中国艺术文化随着汉语教学进入泰国人民视野，各大中小学相继举办汉语夏令营，与中国院校达成合作，结为友好院校，泰方派送一批批教师和学生参加短期赴华培训，汉语学习热潮逐渐起来。

（三）孔子学院在泰国大学遍地开花

也是在 2006 年，国家汉办与泰国高校展开全面合作，签署了多项共建孔子学院意向书、孔子学院共建协议。中泰共建孔子学院为泰国院校带来宝贵的教学经验和人才，使得泰国院校汉语教学进入高速发展时期。其中挂牌成立和获批在建的孔子学院已经达到 12 所，包括：朱拉隆功大学孔子学院、农业大学孔子学院、孔敬大学孔子学院、皇太后大学孔子学院、清迈大学孔子学院、宋卡王子大学孔子学院、玛哈沙拉坎大学孔子学院、曼松德昭帕亚皇家师范大学孔子学院、川登喜皇家大学素攀孔子学院、宋卡王子大学普吉孔子学院、勿洞市孔子学院、东方大学孔子学院。

从 2006 年到 2019 年，历经十多年，泰国的孔子学院数量达到 16 所，已颇具规模，成为全球孔子学院数量最密集，汉语教学发展最迅速的国家之一（泰国孔子学院列表详见附件图表 1《中泰两国合办的孔子学院》）。在泰孔子学院采取中泰共同管理机制，在中泰双方的精诚合作下，孔子学院积极开展汉语教学，培训汉语师资，举办文化活动，为泰国社会提供汉语教学和文化信息咨询等服务。同时，各孔子学院因地制宜，发挥优势，形成了各具特色的办学模式，成为了当地泰国人民学习汉语言文化、了解中国的窗口，受到了泰国政府的肯定和民众的欢迎。

（四）孔子课堂在泰国中小学普遍成立

与此同时，中国国家汉办与泰国教育部通力合作，于 2006 年底建立了全球首家孔子课堂——岱密中学孔子课堂。继而，在诗琳通公主殿下的大力支持下，于 2008 年陆续在泰国吉拉达学校、玫瑰园中学、彭世洛醒民公立学校、罗勇中学、普吉中学等 11 所中小学建立了孔子课堂。其中，六所孔子课堂承办学校为国立学校，直属泰国教育部基础教育委员会；五所孔子课堂承办学校为民办学校，直属泰国教育部民校教育委员会。其中，彭世洛醒民公立学校孔子课堂是泰国唯一一家设立在小学的孔子课堂。后来，随着孔子学院发展的深入和泰国中小学对汉语学习需求的日益强烈，部分孔子学院在其周边地区的中小学设立了孔子课堂，例如：东方大学孔子学院在春武里大众学校下设孔子课堂，农业大学孔子学院在曼谷基督教学校和时代中学下设孔子课堂。经过多年的合作与努力，中泰两国共建的孔子课堂（含孔子学院下设课堂）已达到 21 所，其中独立孔子课堂 11 所（泰国孔子课堂列表详见附件图表 2《中泰两国合办的孔子课堂》）。孔子课堂的建立，推动了中泰两国基础教育合作，让更多的泰国中小学学生有机会在优秀教师和优质学习资源的支持下学习中文、体验中华文化，进一步培养学习汉语的兴趣，加深对中国语言和文化的了解，打好汉语学习基础。

人是文明交流互鉴最好的载体。深化人文交流互鉴是消除隔阂和误解、促进民心相知相通的重要途径。（国务院新闻办公室网站，[online]，2019）大批汉语志愿者教师来到泰国极大补充了泰国汉语教师团队，为汉语教学注入新鲜血液和思想，同时也是中国的一张名片，让泰国通过他们了解正在高速发展的中国。

孔子学院和孔子课堂的发展, 进一步促进了中泰两国文明交流。中泰两国孔子学院建立后, 中国汉语志愿者教师到泰国任教, 泰国留学生到中国学习交流更加密切。与此同时, 国家汉办通过孔子学院逐步推广 HSK 考试、汉语奖学金项目使得泰国选择到中国留学的优秀学生逐年增加。孔子学院推动中泰两国人文交流更加频繁, 使得两国间文明在交流互鉴中相互理解和包容, 并不断传承着“中泰一家亲”的传统友谊。

三、泰国孔子学院和课堂的成功探索

在过去的十几年里, 泰国孔子学院和孔子课堂进行了成功的探索与实践, 在汉语教学和传播中华文化方面取得了很多经验和成绩。汉语教学是各孔子学院的重头戏, 10 多年来, 泰国学习汉语的人数已近百万, 其中将近半数孔子学院 (课堂) 学员。泰国孔子学院 (课堂) 学员众多, 受众面广, 上至泰国王室成员, 政府官员, 下至各大、中、小学, 社区民众。为尽可能满足当地各阶层对汉语学习的需要, 各孔子学院的学员除了本校大学生以外, 同时还包括临近府县各大学、职业院校及中小学等不同学习阶段的学生和不同教学层次的本土汉语教师, 包括企事业单位及其他各行业的汉语爱好者, 甚至普通社区民众也可以来孔子学院或者孔子课堂学习汉语。

10 多年来, 泰国孔子学院范围渐广, 学员数量与日俱增, 教学形式丰富多样, 取得了量到质的变化成果。各孔子学院和课堂通过提供汉语课堂教学、本土汉语教师培训、汉语水平考试、文化交流活动推广等多种形式推广汉语教学, 十分注重汉语教学的特色发展。

孔敬大学孔子学院秉承语言文化与专业技能相结合的理念, 在“一带一路”倡议和中泰铁路合作的背景下, 以高铁为牵引, 大力培养既熟悉铁路专业知识, 又具有汉语交际技能的复合型技术人才, 为泰国社会发展做人才储备。孔敬大学孔子学院充分利用自身优势资源, 与国内铁路院校开展合作, 自 2016 年开启“中泰高铁汉语培训项目”, 开设中泰职业院校高铁培训班。孔敬孔院在泰国对参训学员进行语言培训, 汉语考试合格后, 学员被推荐到中国的铁路院校继续学习专业知识。该项目得到中泰两国政府的支持, 学生在泰期间的培训得到泰国教育部职业教育委员会的支持, 在华学习期间获得湖北省政府提供的“一带一路”奖学金资助。高铁汉语培训班是孔敬大学孔子学院响应“一带一路”倡议、探索孔院特色发展道路而倾力打造的“汉语+职业技术”培训项目, 自 2016 年开班以来, 已为泰国相关部门培养了 100 多名懂汉语的高铁技术人员, 为促进中泰高铁落地生根开花做出了重要贡献。2019 年 3 月 12 日, 中国驻孔敬代总领事李秀华出席孔敬大学孔子学院第四期中泰高铁汉语培训班开班仪式。(泰国孔敬大学孔子学院, [online], 2019)

东方大学孔子学院作为泰国东部经济走廊区域中唯一的一所孔子学院, 在多样化的汉语教学和培训下, 将“助推东部经济走廊 (EEC) 建设, 服务“一带一路”倡议; 从汉语教学到中医、非遗, 多样化介绍中国文化”做为东大孔院《2018-2022 年发展规划》的发展定位。2018 年 12 月, 东大孔院召开了“汉语教学与东部经济走廊 (EEC) 建设”研讨会, 泰国教育部、泰中罗勇工业园、泰国温州商会、中国温州大学、泰国东部各学校代表就“汉语教学如何对接、服务东部经济走廊发展”这一主题展开了深刻的讨论; 2019 年年初, 东大孔院根据当前东部经济发展和企业人才需求的现状,

在原有社会班的基础上增开了旅游汉语课程，还将陆续开设电子商务、商务汉语等课程，以满足东部经济走廊对旅游、电子商务等人才的需求；同时，东大孔院联合泰中罗勇工业园、泰国温州商会等单位举办校内专场就业、实习推介会以及中资企业专场招聘会，全力以赴助推泰国经济走廊建设。

（泰国头条新闻，[online]，2020）

2015 年 6 月，全球第一家所以“海上丝绸之路”命名的孔子学院——海上丝绸之路孔子学院在泰国博仁大学隆重揭牌，它是由泰国隆财基金会理事会主席颂德通猜大师联合博仁大学等 26 家教育机构共同申办的。海上丝绸之路孔子学院规模大、形式新，旨在更好地发展和提升泰国作为海上丝绸之路枢纽国家的汉语教育水平，为促进中泰两国各领域的交流合作服务，在泰国孔子学院的发展过程中具有创新和探索的意义。海上丝路孔子学院成立 4 年多来，与泰国及菲律宾等国的院校及政府部门开展合作，注册学员累计 4000 多人。多次承办“汉语桥—宝石王杯”国际汉语大赛，选送泰国本土教师赴华进修，培训泰国职业教育专业教师汉语学习，开展泰中两国文化交流访问活动，多管齐下，致力于开发适合泰国本土需求的规范教材，促进高等教育领域的汉语教学发展，增进泰国等沿线国家的民众对‘一带一路’的了解，为‘一带一路’建设输送复合型人才。（国务院新闻办公室网站，[online]，2018）

农业大学孔子学院与泰国上议院秘书处签订汉语培训项目备忘录，为泰国议员和上议院秘书处工作人员量身定制汉语会话教材和教学辅助材料并提供教学。泰国议员们通过此项目学习掌握高层互访过程中寒暄、接待、风土人情及政治、经济等方面的汉语表达，有利于参议员们了解中国的艺术与文化，进一步促进泰中关系的密切发展，为两国政府间合作创造契机。

华侨崇圣大学孔子学院始终坚持“两线四支点”发展方向。两线指中文与中医并重，四支点包括中文与中国文化，中医与中医药文化并行。华侨崇圣大学孔子学院积极拓展与有意向开展中文或中医课程的泰国大中小学、高职专科学校合作，建立中医孔子学院教学点，积极支持合作学校、机构或单位的汉语及文化交流课程。定期组织 HSK（汉语水平考试）、HSKK（汉语水平口语考试）、YCT（中小学汉语水平考试）、BCT（商务汉语考试），并提供考试资讯和考前辅导。孔子学院定期组织中医专业讲座、中医药文化讲座、中医养生讲座等中医相关活动为学员营造学习气氛，为优秀学生提供参加赴华夏夏令营、冬令营等汉语、中医学习交流项目，为中医文化推广奠定了基础。

此外，曼松德·昭帕亚皇家师范大学孔子学院的“本土汉语教师培训”，玛哈沙拉坎大学孔子学院举办的“中国戏曲文化节”，宋卡王子大学孔子学院打造的“泰国南部汉语文化传播中心”，清迈大学孔子学院开设的“教职工汉语培训班”等项目皆独具匠心，各有特色，致力于开拓多元化的汉语国际推广道路，深受泰国汉语爱好者和各界人士好评。

各孔子课堂助力泰国中小学生汉语学习，通过开展丰富多彩的文化活动培养中国小学汉语学习者的兴趣，通过举办 YCT 考试实现以考促学，提高中小学生汉语学习的积极性，注重汉语教学质量的提高。各个孔子课堂在校园开发的同时，积极寻求特色发展之路，结合当地资源，建立孔子课堂校友会，支持文化活动走出去，打造在当地汉语学习基地影响力。泰国孔子学院和孔子课堂项目蓬勃发展，成果显著，是泰国人民学习汉语的良田，了解中国的窗口，在泰国社会各界产生了广泛影响。

四、孔子学院在中泰文明互鉴中的作用和影响

《孔子学院发展规划（2012-2020 年）》中指出孔子学院发展以“适应我国公共外交和人文交流需要，抓住机遇，合理布局，以汉语教学为主体，以提高质量为核心，力求开办一所就办好一所，充分发挥孔子学院综合文化交流平台作用，为推动中国语言文化走向世界，促进中外友好关系发展作出应有贡献”为指导思想。（汉办官网，[online]，2013）十多年来，在泰孔子学院在中泰双方精诚合作与努力下，取得了令人瞩目的成绩，在中泰文明互鉴中发挥了举足轻重的作用，在中泰两国产生了广泛而深远的影响。

（一）推动中泰关系发展的朱拉隆功大学孔子学院

朱拉隆功孔子学院是在玛哈扎克里·诗琳通公主殿下亲自倡导下，由中国北京大学和泰国朱拉隆功大学共建的孔子学院。

2006 年 4 月 4 日，泰国玛哈扎克里·诗琳通公主殿下和北京大学校长许智宏、国家汉办副主任赵国成见证了朱拉隆功大学与北京大学“合作建立孔子学院备忘录”的签字仪式。同年 12 月，北京大学校长许智宏与朱拉隆功大学校长坤仁素茶达签署了合作协议。2007 年 3 月 26 日，诗琳通公主殿下亲自为孔子学院揭牌，并挥毫题词“任重道远”，勉励泰国孔子学院担当起推动中泰文化交流发展的重任。

朱拉隆功大学孔子学院成立以来积极开展汉语教学工作，除承担朱拉隆功大学汉语专业课程外，还开办了王宫官员汉语培训班、高校教师汉语培训班、泰国国家移民局官员汉语培训班等课程。为推动中泰学术科研交流，学院先后邀请了王蒙、余秋雨等中国知名学者来泰开办文化讲座，并于 2009 年 10 月 23 日成功举办了“新中国六十年：改革与发展”学术研讨会。诗琳通公主殿下应邀参加并发表主旨演讲，还现场题词“中泰同庆”，在泰国社会引起了强烈反响。

诗琳通公主殿下在 2011 年还在朱拉隆功大学孔子学院举行“踏访龙的国土”——庆祝诗琳通公主访华 30 周年专题演讲会”。诗琳通公主是泰国首位访华的王室成员，1981 年 5 月 12 日诗琳通公主到访中国，此后数十年间诗琳通公主访华频繁，足迹遍布中国大部分地区。诗琳通公主殿下多年来积极促进中泰两国各领域交流，极大地促进了中泰友好关系的发展，并对汉语在泰国的普及和推广做出了杰出的贡献。

2011 年，中国国家主席习近平（时任国家副主席）参观了朱拉隆功大学孔子学院，朱拉隆功大学 2000 多名师生欢迎习副主席到访。习近平在朱拉隆功大学发表讲话说道，文化交流是增进各国人民相互了解的重要纽带，希望朱拉隆功大学孔子学院和泰国其他孔子学院以此为契机，充分发挥孔子学院作为综合文化交流平台的作用，为增进中泰两国人民的了解和友谊，为促进中泰两国的平等合作、互利共赢，为促进人类不同文明之间的相互学习借鉴作出新贡献。

朱拉隆功大学孔子学院上走高端路线，下行亲民之道。受到诗琳通公主的影响，泰国王宫秘书厅和公务厅掀起了学习汉语之风，且经年不衰，每年朱大孔院都专门为他们开设 3 个培训班，很多

工作人员主动放弃休息时间参加学习，30 人左右的教学班经常座无虚席。泰国王室对汉语的热情和推崇起到了很好的示范作用，深深地影响了泰国的普通民众。同时，随着赴泰中国游客数量不断攀升，用汉语进行交流成为泰国国家移民局的迫切要求。应移民局的邀请，朱大孔院采取“送教上门”的方式，积极为移民局工作人员提供汉语培训的服务，取得了显著的效果。移民局工作人员能用中文进行沟通大大提高了工作效率，减少了语言障碍带来的误解。（新华网，[online]，2016）

（二）全球孔子课堂的探路者——岱密中学孔子课堂

岱密中学孔子课堂由岱密中学和天津实验中学合办，2006 年 3 月 10 日双方签署合办协议。2006 年 11 月 16 日，岱密中学孔子课堂正式揭牌成立，同时也是全球首家孔子课堂。

岱密中学孔子课堂定期培训本土化汉语教师；每年组织两次 2 至 3 周的赴华中国文化营；开发设计中国武术、中国戏剧、绘制中国折扇等汉语教学特色课程，每年到泰国 37 所中小学巡回授课；编撰出版的 18 册中泰文对照汉语教材《快乐中国行汉语教程》，在曼谷两百多所中小学上万名学生中推广使用；成功举办六届汉语桥—宝石王杯国际中文比赛并形成了品牌效应，累计选送 26 名优秀选手赴华留学。

岱密中学孔子课堂还积极推动高科技在汉语教学中的运用，建立远程教育及中国文化体验中心。2015 年 2 月 19 日，诗琳通公主殿下在此为岱密中学孔子课堂远程教育及中国文化体验中心的正式落成揭牌。远程教育及中国文化体验中心共有四大体验区，分别是汉语智慧教学区、中国音乐体验区、中国书画体验区以及录播教室授课区。中心采用网络高清自动录播技术，录制的课程上传到课程平台供学习者在线观看、学习。此外，直播功能可以通过网站方式发布，连接互联网使世界各地的学习者都能够实时在线收看。

（三）紧跟时代的孔子学院——海上丝路·帕那空皇家大学孔子学院

海上丝路·帕那空皇家大学孔子学院是泰国目前最年轻的孔子学院，成立于 2018 年 6 月 13 日，由中国云南省大理大学与泰国帕那空皇家大学合作成立，是泰国第 16 所孔子学院，也是紧跟中泰两国政府国家发展战略的一所孔院。

海上丝路·帕那空皇家大学孔子学院实际上从 2017 年 6 月就已经完成前期筹备，并开始逐步运行。海丝帕那空孔院自筹建及试运行以来，积极调研和思考孔院的办学特色，最终明确了“在中国‘一带一路’和泰国‘工业 4.0’及‘东部经济走廊建设’背景下，积极助推中资企业在泰发展”的特色发展之路。之后，孔院与泰中罗勇工业园区开发有限公司多次商谈合作项目及内容，并在 2017 年 9 月，“一带一路”亚洲孔子学院联席会议在泰国曼谷召开期间，与泰中罗勇工业园区开发有限公司签署战略合作伙伴协议。

海上丝路·帕那空皇家大学孔子学院在“助推中资企业在泰发展”的办学宗旨指导下，通过开展汉语教学和泰中文化交流活动，已经培养了众多实用型人才，成为双方人文交流的新纽带。

中国“一带一路”倡议后，中泰两国围绕国家发展的政策沟通不断加强，“一带一路”与“泰国 4.0 战略”的对接及不断推进，泰国对于“汉语+专业人才”的需求日益增长。海上丝路·帕那空皇家大学孔子学院着眼于孔院的职业化、特色化发展，与罗勇工业园共建汉语教学实践基地，推动汉语走进泰国 4.0 战略，走进东部经济走廊。海上丝路·帕那空皇家大学孔子学院与腾辉技术（泰国）有限公司等公司签署合作协议，为驻泰中资企业的泰籍员工提供汉语教学，帮助他们尽快掌握简单的中文和了解中国的企业文化。

五、孔子学院对中泰友好发展中的意义

（一）实现了从“语言相通”到“民心相通”

2017 年 5 月 14 日，习主席在“一带一路”国际合作高峰论坛开幕式上的演讲中提到：“国之交在于民相亲，民相亲在于心相通。”孔子学院在泰国实现规模化的汉语教学培训和中国文化传播活动，教会成千上万的泰国人民使用汉语这把金钥匙，为泰国人民打开了一扇认识、了解中国的窗口。教授汉语的过程正是一个拉近心与心距离的过程，志愿者教师们用自己的知识和智慧向泰国学员展示汉语言的博大精深，描绘中国的腾飞发展，展现中国人民的友好热情，在中泰人民间播下友谊的种子，搭建起了友好往来的桥梁，进一步巩固和加深了“中泰一家亲”理念。

孔子学院为泰国提供了大量的汉语师资和学习资料，为泰国社会培养了大批会汉语、懂中国文化的汉语人才，为促进中泰教育、文化、科技、商贸的合作往来储备了重要力量，为中泰携手发展，提升国际化水平做出了卓越贡献。泰国孔子学院的规模化效益建立了中泰人民沟通交流的纽带，实现了从“语言相通”到“民心相通”的愿景，符合“一带一路”合作共赢的倡议理念。

（二）培养了一批中泰民间友好使者

孔子学院的宗旨，除了汉语言教学和中国文化传播，更要作为促进两国人民间友好的使者。国家汉办每年优选优秀汉语教师志愿者到各孔子学院及其下设课堂及教学点任教。汉语教师志愿者远离祖国和亲人，但他们谨记祖国和人民的重托，不畏艰难困苦，勇敢发扬着“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神，带着满腔热情和知识投入到当地教学中，脚踏实地，勤恳钻研，勇担大任，为推广中国文化做出了努力和贡献。汉语教师志愿者们奉献进取的工作精神和坦诚友好的开阔胸怀塑造了勇于承担使命，无私奉献，积极追求和谐世界的国际主义精神，为泰国汉语学习者树立了良好形象，被泰国社会誉为促进中泰友好的民间使者。

（三）加快了海外话语权的建设

语言是沟通的载体，语言是思想之舟舆，语言是外交软实力。外交建设，语言先行。

语言作为一种软力量，是“一带一路”建设的重要助推器，是推动中国文化在“一带一路”上

传播的重要依托。语言是中国参与全球治理、提高国际话语权的重要基础。语言是促进国际沟通和国际理解的润滑剂，是构建国际话语体系的基础。提高外交话语权，语言先行。

自“一带一路”倡议提出以来，孔子学院努力成为实践“丝路精神”的先行者，把自身发展与“一带一路”倡议融为一体。截至 2017 年，“一带一路”建设参与国中的 51 个国家设立了 135 所孔子学院和 129 个孔子课堂。（汉办官网，[online]，2017）泰国“汉语热”在“一带一路”沿线国家中最如火如荼。泰国孔子学院和孔子课堂积极践行一带一路精神，培养了大批懂汉语的人才，在泰国社会各阶层开放学习汉语和中国文化的平台，通过汉语语言和文化的传播，讲好中国故事，让广大泰国人民了解开放、包容的民主中国，让广大泰国人民看到一个与世界更加紧密合作的中国，有助于扩大中国话语传播，加快了汉语海外建设力量。

六、思考与建议

经过 10 多年的快速发展，孔子学院到了提升质量、深化内涵、因地制宜、特色发展，打造“2.0 版”的新阶段。孔子学院只有立足自身特色，灵活洞察需求，主动适应需求，积极创造需求，才能实现可持续的特色发展。比如，在语言培训的基础上，探索“汉语+技术”模式。结合泰国社会对于复合型职业技术人才的需求，为不同领域培养相应的综合型汉语人才，如高铁汉语人才。孔子学院在运营推广中，应坚持平等交流、互相尊重、包容多样、自愿接受的原则，增强对泰国文化的理解力，用对方乐于接受的方式进行交流，实现真正意义上的文化融合。同时，孔子学院应重视整合当地企业、教育机构、华人华侨等各种社会力量，加强与各界合作，共同促进当地汉语教学发展；尤其重视孔子学院本土化发展，是提升孔子学院凝聚力和影响力的必要途径，做好本土化深耕才能为更多泰国民众带来更深广的益处。

参考文献

孔子学院总部，[online]，http://www.hanban.org/hb/node_7446.htm，2020

孔子学院总部驻泰国代表处，[online]，

<http://www.hanbanthai.org/e/action/ListInfo/?classid=87>，2020

孔子学院总部/国家汉办，《2018 孔子学院年度发展报告》，[online]，

<http://www.hanban.org/report/2018.pdf>，2018

孔子学院总部/国家汉办，《关于孔子学院/课堂》，[online]，

http://www.hanban.org/confuciusinstitutes/node_10961.htm，2020

汉办官网，《“一带一路”亚洲孔子学院联席会议在曼谷举行孔子学院，实践“丝路精神”的先行者》，

[online]，http://www.hanban.org/article/2017-09/12/content_698541.htm，2017

汉办官网，《孔子学院发展规划（2012-2020 年）》[online]，

http://www.hanban.org/article/2013-02/28/content_486129.htm，2013

- 许琳，国家汉语国际推广领导小组办公室主任致辞，《2006 年孔子学院年度发展报告》，[online]，
<http://www.hanban.org/report/2006.pdf>，2006
- 国务院新闻办公室网站，《习近平在亚洲文明对话大会开幕式上的主旨演讲》，[online]，
<http://www.scio.gov.cn/ztk/dtzt/39912/40387/40390/Document/1654743/1654743.htm>，2019
- 国务院新闻办公室网站，《海上丝路孔子学院：“一带一路建设输送复合型人才”》，[online]，
<http://www.scio.gov.cn/31773/35507/35514/35522/Document/1639215/1639215.htm>，2018
- 泰国孔敬大学孔子学院，[online]，
http://www.hanban.org/article/2019-03/14/content_766098.htm，2019
- 泰国头条新闻，[online]，<https://www.thaiheadlines.com>，2020
- 新华网，《泰国：孔子学院十年成规模》，[online]，
http://www.xinhuanet.com/world/2016-10/06/c_129311765.htm，2016



附件 1: 图表 1 中泰两国合办的孔子学院

附件 2: 图表 2 设立在泰国的独立孔子课

附件 1.

图表 1 中泰两国合办的孔子学院

孔子学院名称	承办机构	合作机构	启动运行时间
孔敬大学孔子学院	孔敬大学	西南大学	2006 年 3 月 16 日
朱拉隆功大学孔子学院	朱拉隆功大学	北京大学	2006 年 8 月 9 日
农业大学孔子学院	农业大学	华侨大学	2006 年 11 月 15 日
皇太后大学孔子学院	皇太后大学	厦门大学	2006 年 11 月 7 日
清迈大学孔子学院	清迈大学	云南师范大学	2006 年 12 月 18 日
宋卡王子大学孔子学院	宋卡王子大学	广西师范大学	2006 年 12 月 29 日
玛哈沙拉坎大学孔子学院	玛哈沙拉坎大学	广西民族大学	2006 年 12 月 20 日
曼松德昭帕亚皇家师范大学孔子学院	曼松德昭帕亚皇家师范大学	天津师范大学	2006 年 12 月 19 日
川登喜大学素攀孔子学院	川登喜大学	广西大学	2006 年 12 月 27 日
宋卡王子大学普吉孔子学院	宋卡王子大学	上海大学	2006 年 12 月 24 日
勿洞市孔子学院	勿洞市政府	重庆大学	2006 年 2 月 28 日
东方大学孔子学院	东方大学	温州大学、温州医学院	2009 年 9 月 15 日
易三仓大学孔子学院	易三仓大学	天津科技大学	2015 年 9 月 12 日
海上丝路孔子学院	博仁大学	天津师范大学	2015 年 6 月 24 日
华侨崇圣大学中医孔子学院	华侨崇圣大学	天津中医药大学	2016 年 10 月 22 日
海上丝路·帕那空皇家大学孔子学院	帕那空皇家大学	大理大学	2018 年 6 月 12 日
资料来源: http://www.hanban.org 孔子学院总部 / 国家汉办网站、 http://www.hanbanthai.org/ 孔子学院总部 / 国家汉办驻泰国代表处网站			

附件 2.

图表 2 设立在泰国的独立孔子课堂

孔子课堂名称	承办机构	学校属性	启动运行时间
岱密中学孔子课堂	岱密中学	国立学校	2006 年 3 月 10 日
吉拉达学校孔子课堂	吉拉达学校	民办学校	2008 年 11 月 21 日
玫瑰园中学孔子课堂	玫瑰园中学	国立学校	2008 年 11 月 21 日
易三仓商业学院孔子课堂	易三仓商业学院	民办学校	2008 年 11 月 21 日
南邦嘎拉娅妮学校孔子课堂	嘎拉亚妮学校	国立学校	2008 年 11 月 21 日
彭世洛醒民公立学校孔子课堂	彭世洛醒民公立学校	民办学校	2008 年 11 月 21 日
暖武里河王中学孔子课堂	暖武里河王中学	国立学校	2008 年 11 月 21 日
明满学校孔子课堂	明满学校	民办学校	2008 年 11 月 21 日
罗勇中学孔子课堂	罗勇中学	国立学校	2008 年 11 月 21 日
合艾国光中心孔子课堂	合艾国光中学	民办学校	2008 年 11 月 21 日
普吉中学孔子课堂	普吉中学	国立学校	2008 年 11 月 21 日
资料来源: http://www.hanban.org 孔子学院总部 / 国家汉办网站			

	Name and Surname (姓名): DA HONGJUAN
	Highest Education (最高学历): Master of Arts
	University or Agency (任职院校或单位): Thailand-China Research Center of the Belt and Road Initiative
	Field of Expertise (专业领域): Chinese International Education
	Address (地址): 28/754 SupalaiWillington, ThiamRuamMit Rd, HuaiKhwang, Bangkok 10310



《2019 年个人数据保护法》如何反应中国短信 APP 的隐私政策分析

ANALYSIS OF HOW PERSONAL DATA PROTECTION ACT B.E. 2562 (2019) REFLECT ON CHINESE MESSAGING APPLICATION'S PRIVACY POLICY

江灵

CHAMA JUTACHAVAKUL

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 : jittanonj@gmail.com , chamadaot@gmail.com

Received: 23 March 2020 / Revised: 21 April 2020 / Accepted: 24 April 2020

摘要

在数字世纪中，可以说技术引领消费者行为，市场，产品创新等。因此，大多数通信和交易发生在电子设备上。本研究的目的和贡献是了解《2019 年个人数据保护法》如何使用于中国短信 APP 的隐私政策向个人数据保护，并就如何使这些隐私政策符合个人数据保护法的所有意图和目的提出建议。本文将主要关注中文消息应用程序（微信），这些应用程序严重依赖用户的个人数据，该法旨在保护个人数据的所有者免损害。因此，本研究将通过微信的隐私保护政策彻底分析主体（应用用户）的权利。个人数据保护法的法律规定和微信隐私保护摘要的内容是分析的关键资源。从研究来看，大多数微信的隐私保护政策符合个人数据保护法，但公司应该调整其政策，以符合欧盟 2016/679 通用数据保护条例（GDPR）的一般数据保护法规，也符合个人数据保护法。建议是 1 提供应用程序用户的权利给所有当前的应用程序用户国际，而不是仅仅限于居民在欧盟 2 通过使用简单和直接的句子、简单和可读的格式，并自由访问童工台语隐私侦测 3 考虑和审查自己的隐私政策与其他规定、即数据控制着、数据处理器和数据保护管的责任和职责。

关键词：个人数据保护法 中国短信 APP 隐私政策 微信

ABSTRACT

In the digital century, it can be said that technology leads the way of consumer behaviour, markets, and product innovation. Consequently, most communication and trading happen on the electronic devices. The objectives and contributions of this study are to understand how the Personal Data Protection Act (“PDPA”) B.E. 2562 (2019) apply on the personal data protection of Chinese messaging application’s privacy policy and to recommend how to make such privacy policy comply with the PDPA for all intents and purposes. This article will focus mainly on Chinese messaging application (WeChat), who relies heavily on personal data of users and the PDPA, which is enacted to protect the owner of personal data from damages. Therefore, the rights of data subject (App users) will be thoroughly analysed with WeChat Privacy Protection Policy. The prescription of the PDPA and the content of WeChat Privacy Protection Summary are key resources for the analysis. From the study, most WeChat Privacy Protection Policy complies with the PDPA, but the company should adjust its policy to comply with not only General Data Protection Regulation EU 2016/679 (GDPR) but also the PDPA as well. Recommendations are 1 to provide the rights of App users to all current App users internationally instead of limited only to the residents in the European Union, 2 to provide Privacy Policy in Thai language by using simple and straightforward sentences, easy and readable format, and freely accessible, 3 to consider and review own Privacy Policy with other prescription in the PDPA i.e. responsibilities and duties of data controller, data processor, data protection officer.

Key words: Personal Data Protection Act, Chinese messaging application, Privacy Policy, WeChat

Introduction

Digital disruption happens in every market and the development of technology shapes consumer behaviour, market strategy, innovative products, etc. With the speed of the internet, people communicate easier, faster, and especially cheaper through electronic devices. According to the statistic, there are one million new internet users from January 2019 to January 2020, which increases about 2% of the total population in Thailand and 97% of people using social networking applications (Muangtum, Nattapon., [online], 2020). Therefore, consumers and sellers switch buying and selling products from the actual shops to online stores. Google Play and Apple Store are giant markets for consumers to download as many applications as they want into their electronic devices. There are various kind of applications such as game, chat, online banking, and social applications. Messaging application, which becomes a part of people's life, is the most popular application. Statistic data demonstrates that there is widely used messaging applications in Thailand. As of January 2020, people using Line 94%, Facebook Messenger 76%, Instagram 65%, WeChat 27%, and Whatsapp 27% respectively (Ad Addict TH., [online], 2020). In order to use the application, users must provide their personal data. Some personal data is considered sensitive and can be stolen by cybercriminals. Hence, Thai government has emerged with the PDPA to protect personal data of all individual involved in the online transaction. The objectives and contributions of this study is to comprehend how the PDPA reflect on Chinese messaging application and to suggest the feasibility of making its privacy policy to comply with the PDPA as much as possible. This article will focus mainly on the rights of App users, so it is divided into four main parts, which are 1. the brief overview of the PDPA and Chinese messaging application, 2. the requirement of personal data of Chinese Messaging Application, 3. lawful rights of users, and 4. the existing challenges of WeChat Privacy Policy to the PDPA.

The brief overview of the PDPA and Chinese messaging application

PDPA was published in the Government Gazette on 27 May 2019 and will fully enforce from 28 May 2020 onwards. The main objective of the PDPA is to protect a person from misusing personal data by others to cause emotionally and physically damages to him or her. Therefore, a person or a company who collects, uses or discloses personal data must primary have lawful base to do so or at least receiving consent from him or her. The law confines a company to collect, use, and disclose personal data that can directly or indirectly specify an alive person. (ETDA., [online], 2019)

Personal data refers to any data that identify a person and are categorised into general data, and sensitive data. Personal identifiable information (“PII”) is categorised into linked and linkable data. Examples of linked data include name, surname, ID number, credit card numbers, email address, passport number, date of birth, mobile phone number, driving license number, and log in details. Examples of linkable data consist of gender, race, non-specific age, job position, workplace, device ID, health data, biometric data, political opinions, religious or philosophical belief, genetic data, and sexual preference. Linkable data are counted as personal data because the combination of both data can reach to person’s identification. *Data subject* refers to the owner of personal data. *Personal data controller* (“Data controller”) refers to a person or a company who has power to make decisions or to have duties to collect, use, or disclose personal data. *Personal data processor* (“Data processor”) refers to a person or a company who collect, use, or disclose personal data under the instructions of Data controller. *Personal data protection officer* (“DPO”) refers to a person who is responsible for all activities relevant to personal data management.

Messaging application (“Messaging Apps”) is a software that allows users to send and receive information, pictures, video clips, or files through their electronic devices by using an internet (Messaging Apps., [online], 2017). Some Messaging Apps platforms provide tools and functions that allow users to not only send and receive information but also to broadcast oneself, share news or video, and do financial transactions such as buying



daily life goods. Well-known Messaging Apps in Thailand, who provide communication and e-payment service, are Line (Japanese application) and WeChat (Chinese application). Line and WeChat are widely used in Thailand. Line target users are general Thai people, but WeChat users are Thai people who mainly communicate with Chinese people.

With respect to the PDPA, WeChat App users regard as Data subject. Name, user ID, profile picture of App user can be considered as Personal Data. According to WeChat management style, the company structure is centralisation (Thomas Graziani, [online], 2019). In the simple view, WeChat is the Data controller and services providers of WeChat are Data processor such as hosting servers' companies.

Regards to WeChat Privacy Protection Summary ("WeChat Privacy Policy"), Sensitive Personal Information section at Appendix I, it includes App user's race or ethnic origin, religious or philosophical views and personal health. App users are automatically consenting to such information by posting own sensitive data. WeChat does not need a written consent from the App users as it is prescribed by the PDPA, Section 26 (3).

According to the PDPA, Section 23 (5), Data controller must affirm the place of contact and the method of contact for Data subject to communicate and make a request. Hence, WeChat provides such information in the WeChat Privacy Policy, Location of Your Personal Information Section. The location of App users' personal data also clearly states that all personal data will be transferred, stored and processed at Ontario, Canada and Hong Kong. App users can have WeChat supported services from WeChat offices around the world.

The requirement of personal data of Chinese Messaging Application

To use WeChat, Thai App users are required to download the App and register to create an account. They need to provide their names, user alias, mobile phone number, password, gender, and IP address or Facebook account to register and log in. After having an account, they will be able to send and receive messages, pictures, files, location, voice messages, and even electronic money. This whole information is considered as linked and

linkable personal data, which can lead to Thai App users (Data subject) directly or indirectly. For instance, profile picture together with voice messages can specify the identity of Data subject.

“According to the China Internet Network Information Center (CNNIC), around 583 million people made mobile payments in China in 2018 compared to 526.6 million people in 2017 – an increase of 10.7% from 2017 to 2018.” (Ravi Rathi & Nagendra R., [online], 2019). Therefore, WeChat creates platform that offers App users to have a digital wallet, which is called WeChat Pay. App users can transfer money, pay utilities fee, donate to Tencent Charity, buy rail or flight or movie tickets, get rides, book a hotel, and shopping via this platform. App users must connect their bank account or credit cards to WeChat Pay. Then they need to set six-digit numbers to be their password. Currently, WeChat Pay only operates in four areas, which are China Mainland Wallet, Hong Kong Wallet, South Africa Wallet, and Malaysia Wallet. Therefore, Thai App users must have Chinese bank account and use their passport number and mobile phone number to register with the WeChat Pay. However, WeChat has a plan to partner with Thai commercial banks to facilitate Thai App users to use the WeChat Pay in the near future (Dumrongkiat Mala., [online], 2018).

Consequently, Thai App users must give their names, user alias, mobile phone number, password, gender, IP address, passport number, Chinese bank account number to register and log in the WeChat in order to spend electronic money on the WeChat Pay. In this case, their personal data is collected, used, and disclosed by the WeChat operator.

Lawful rights of App users

According to THE PDPA, App users have lawful rights to access, request, refuse, erase, and suspend collection, use, or disclosure of their personal data.

1. Right to access and rectify personal data

App users should be able to access and receive a copy of their own personal data freely. Regarding the WeChat Privacy Policy (WeChat., [online], 2018), YOUR RIGHTS section at Appendix I, paragraph three states that “...You also have the right to access personal information we hold about you, how we use it, and how we share it with. You also have the right to rectify that information.” This statement demonstrates that App users have rights to freely access to own personal data containing by WeChat with well-defined purposes of storing, operational process of using personal data, and procedures of sharing personal data.

In accordance with WeChat Privacy Policy (WeChat., [online], 2018), Portability section in Appendix I, App users have the rights to receive a copy of personal data that WeChat obtains it from their consent. In this circumstance, personal data consists of “...profile data, social media content posted to Moments, content selected to store to Favorites...”. This data will provide to App users in an organised, simple, and machine-readable format, which complies with the PDPA, Section 31. Furthermore, App users have the right to request WeChat to transfer personal data to a third party if it can be done technically. In case that it cannot be proceeded technically and WeChat refuses to the request, it will not offend against the law due to the limitation of technical feasibility as prescribed in the PDPA, Section 31 (2). WeChat can also refuse the request on a condition that the request of App users to transfer or disclosure of personal data to the third party may intrude another or other’s persons information or intellectual property. This action is allowed under the PDPA, Section 31, paragraph 5.

On WeChat platform, App users can go to My Profile to view or edit own profile photo, name, WeChat ID, own QR code, gender, region or deactivate location sharing with WeChat at any time. If they want to access to their digital wallet information and to add or remove the debit or credit card, they can go to the WeChat Pay and Wallet function to view, add or delete the existing debit or credit card numbers and check balance in the Wallet. All these activities can be done by themselves through their own electronic devices.

Hence, WeChat as a Data controller complies with the PDPA under Section 31, paragraph 1 with this circumstance. App users can request WeChat to rectify their personal data as well and they can access from their accounts by filing a request form. App users can easily find the request form from WeChat Privacy Policy online or request through customer service. The request form helps WeChat to ensure that App user's personal data are up-to-date, accurate, complete, and not misleading as prescribed by the PDPA, Section 35.

2. Right to erase personal data

Under WeChat Privacy Policy, Erasure section, App users have rights to request WeChat to erase personal data that WeChat restrains in the following conditions. (Please see Appendix I for more information)

- a. App users believe that their personal data is no longer needed. This clause complies with the PDPA, Section 33 (1).
- b. WeChat received App users consent to process the personal data, then App users withdraw that consent, and WeChat has no other grounds to continue processing such personal data. This clause complies with the PDPA, Section 33 (2).
- c. App users believe that WeChat processes their personal data illegally. This clause complies with the PDPA, Section 33 (4).
- d. App users are or below 13 years old when WeChat collected the personal data and WeChat can prove their age. Their accounts must be deleted as children are or under the age of 13 could not consent by themselves. They need their guardians or parents to provide consent. This clause complies with the PDPA, Section 20 (1).

App users can easily erase some of their personal data or all data and cancel WeChat account permanently by themselves as well. By going to WeChat Security Center, they can submit the request cancellation to erase own account. After the submission is



complete, all personal data will be deleted in WeChat server within 60 days of receiving account deletion request and the authorised access of third parties will be revoked.

However, WeChat Privacy Policy states that it has the rights to reject App users' request to delete their personal data if there are other grounds under the law to allow WeChat to keep such data. The PDPA, Section 32, paragraph 2 prescription proves that WeChat can proceed rejection without offending against the law.

3. Right to restrict personal data

According to WeChat Privacy Policy, Restriction of Processing to Storage Only in Appendix I, App users have the right to request WeChat to stop processing their personal data but to store such data instead. App users can ask for such request under following circumstances.

- a. App users' personal data is not accurate, and it takes time for WeChat to verify and rectify such personal data.
- b. WeChat wishes to erase the personal data due to unlawful processing, but App users wants WeChat to store it instead. This clause complies with the PDPA, Section 34 (2).
- c. WeChat wishes to delete personal data because it is no longer needed for its purposes, but App users request WeChat to store instead of deleting their personal data. This clause complies with the PDPA, Section 34 (3).

Regards to the process for App users to suspend their personal data, WeChat provides two functions, which are freeze account and unfreeze account. This function is applied whenever App users' account is at risk of hackers or lost phone. WeChat platform allows App users to approach own personal data and to completely exercise their own personal data.

4. Right to object the use of personal data

In relation to WeChat Privacy Policy, Objection section in Appendix I, WeChat allows App users to object using personal data, which is processed based on the legitimate interests, such as to prevent malicious log-ins. Legitimate interests means a legal ground for personal data processing in order to prevent fraud, secure personal data from a malware, report criminal acts or threats to public security (Carmel Mushin., [online], 2018). Therefore, if App users object WeChat not to process personal data based on the legitimate interest, by reading this section, App users are informed of the consequences of this objection, which is prescribed in the PDPA, Section 19, paragraph 6.

Existing challenges of WeChat to the PDPA

The significant challenge of WeChat Privacy Policy is that YOUR RIGHTS section applies only to residents in the European Union. It means that Thai residents could not exercise their rights of personal data protection under this Privacy Policy, which means that it doesn't fully comply with the PDPA.

On the other hand, Thai App users, who are limited to English proficiency, face difficulty of language boundary to fully exercise own personal data because WeChat Help function only provides in English and Chinese languages. In consistent with the PDPA, Section 19, paragraph 3, Data controller must specify the objectives of collecting, using and disclosing personal data, separate the request of consent from other statements, and make the request simple, and easy to understandable and accessible. Nevertheless, even though WeChat Privacy Policy is reachable and uncomplicated, it is hard for Thai App user as a Data Subject to understand.

Conclusion

WeChat is a Chinese giant messaging application; whose business heavily relies on personal data. From the research, the majority of WeChat Privacy Policy complies with the PDPA as shown in the table below.



No.	Subject	PDPA	WeChat Privacy Policy	Awareness of compliance under WeChat Privacy Policy
1	Data controller's accurate statement of the purposes of collection, use and disclosure of personal data and simple and accessible format with easy to understand	Section 19 paragraph 3	WeChat provides clear statement of the purposes of collection, use, and disclose but not in Thai language, so it's not easy to understand for Thai App users.	X
2	Data controller's notification of the consequences of Data subject's withdrawal consent	Section 19 paragraph 6	WeChat allows App users to object WeChat to process personal data on the basis of legitimate interests and inform the consequences of such objection.	√
3	In case of giving a consent on the matters that children could not done by themselves, guardian or parents must give consent on their behalf	Section 20 (1)	WeChat deletes account of users who is proved to be under 13 and lack of guardian or parents' consent.	√
4	Data controller must affirm the place of contact and the method of contact for Data subject to communicate and make a request	Section 23 (5)	WeChat clearly states that personal data is transferred, stored and processed at Ontario, Canada and Hong Kong	√



No.	Subject	PDPA	WeChat Privacy Policy	Awareness of compliance under WeChat Privacy Policy
5	If Data subject discloses own personal data to public, Data controller does not require to obtain explicit consent from Data subject.	Section 26 (3)	WeChat Privacy Policy states that by posting your own information about race or ethnic origin, religious or philosophical views and personal health means you are consenting to such information.	√
6	Data subject has right to request for personal data relating to her/his own from Data controller.	Section 31	WeChat platforms can provide App users' personal data in an organised, simple, and machine-readable format.	√
7	Data subject has right to request personal data that can be read or used generally by a device.	Section 31 paragraph 1	On WeChat platform, App users can go to My Profile to view or edit own personal data or deactivate location sharing with WeChat at any time	√
8	Data controller shall not transfer personal data if it might violate the rights or freedom of other persons.	Section 31 paragraph 5	WeChat refuses the request on condition that the request of App users to transfer or disclosure of personal data to the third	√



No.	Subject	PDPA	WeChat Privacy Policy	Awareness of compliance under WeChat Privacy Policy
			party may intrude another or other's persons information or intellectual property.	
9	Data controller shall transfer personal data to the third party except it cannot be done technically.	Section 31 (2)	WeChat refuses to the request of transferring personal data if it could not be done technically.	√
10	Data subject has rights to request Data controller to delete their personal data when such data is no longer needed.	Section 33 (1)	App users can request WeChat to erase their personal data if they believe that their personal data is no longer needed.	√
11	Data subject has rights to request Data controller to delete their personal data when Data subject withdraw his/her consent and Data controller has no legal ground to refuse the request.	Section 33 (2)	WeChat received App users consent to process the personal data, then App users withdraw that consent, and WeChat has no other grounds to continue processing such personal data.	√
12	Data subject has rights to request Data controller to delete their personal data when such data has	Section 33 (4)	App users believe that WeChat processes their personal data illegally.	√



No.	Subject	PDPA	WeChat Privacy Policy	Awareness of compliance under WeChat Privacy Policy
	been collected, used, or disclosed illegitimately.			
13	Data subject has rights to request Data controller to suspend their personal data when such data must be deleted under Section 33 (4), but Data subject requests to suspend instead.	Section 34 (2)	WeChat wishes to erase the personal data due to unlawful processing, but App users wants WeChat to store it instead.	√
14	Data subject has rights to request Data controller to suspend their personal data when such data is no longer necessary to store for the original purposes, but Data subject requests to keep such data for a right of claim or the compliance or exercising a right of claim or defending against a right of claim under a law.	Section 34 (3)	WeChat wishes to delete personal data because it is no longer needed for its purposes, but App users request WeChat to store instead of deleting their personal data.	√
15	Data controller must ensure that personal data is accurate, up-to-date, complete and not misleading.	Section 35	App users also can request WeChat to rectify their personal data that they can get access from their accounts.	√

Overall, WeChat Privacy Policy covers most requirements as prescribed in the PDPA. App users' personal data are kept well and secured under the competent procedures. Besides, App users have absolute rights to access, request, edit and delete their own personal data, to freely give or to withdraw consent, and to request WeChat to transfer, to rectify, and to erase their personal data under the limitation allowed by the PDPA and GDPR. Nevertheless, due to the fact that App users' rights apply to only residents in European Union and the language of the policy provides only in English and Chinese languages, WeChat might not be fully complied with the PDPA.

Since the PDPA will be fully enforced in May 2020, WeChat Privacy Policy will be directly affected by it. Regarding the aforementioned 27% (Ad Addict TH., [online], 2020) of Thai people using WeChat, it is about one fourth of the total messaging applications. Moreover, the statistic number is expected to rise up constantly. Hence, the initial step at this stage for WeChat is to translate its Privacy Policy to Thai language, which is easy to understand for Thai people by using simple and precise words, readable format, and lastly uncomplicated access to the Privacy Policy information. The scope of this study significantly comprises of App users' rights; however, WeChat is required to review and consider other aspects i.e. responsibilities and duties of data controller, data processor, data protection officer. Not only WeChat will be influenced by the PDPA but also other messaging applications such as Line, Facebook, Instagram, and etc. These messaging applications have been used worldwide. As a result, their work operations and procedures could not only focus on where the head quarter is located, but also concentrate on where the subsidiaries are located as well.

REFERENCE

Ad Addict TH. (2020, February). **Digital Thailand 2020: สรุป 30 สถิติดิจิทัลของคนไทย ประจำปี 2020 ฉบับรวมครบจบในที่เดียว !!**. Retrieved April 17, 2020, from <https://adaddictth.com/knowledge/digital-thailand-2020>

- Carmel Mushin. (2018). **“MAKING SENSE OF LEGITIMATE INTEREST UNDER THE GDPR”**. Retrieved December 15, 2019, from <https://blog.returnpath.com/making-sense-of-legitimate-interest-under-the-gdpr/>
- Dumrongkiat, Mala. (2018, November). **“Tencent mulls WeChat Pay roll-out Online giant seeks ‘good’ local partner”** Retrieved December 21, 2019, from <https://www.bangkokpost.com/business/1582374/tencent-mulls-wechat-pay-roll-out>.
- ETDA. (2019). **Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019) Dated 24 May 2019** Retrieved December 13, 2019, from https://www.etda.or.th/app/webroot/content_files/13/files/The%20Personal%20Data%20Protection%20Act.pdf
- Graziani, Thomas.(2019, May). **WeChat Management Culture: a Sneak peek**. Retrieved December 21, 2019, from <https://walkthechat.com/wechat-management-culture-a-sneak-peek/>
- Messaging Apps. (2017, January).**Messaging Apps Definition**. Retrieved December 15, 2019, from <https://library.theengineroom.org/messaging-apps/>
- Muangtum, Nattapon. (2020, February). วิเคราะห์ **Digital Thailand 2020 We Are Social** เป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับ **2019**. Retrieved April 17, 2020, from <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/digital-thailand-2020-we-are-social/>
- Rathi,Ravi;& Nagendra R.(2019, June).**“Mobile Payments: Comparison of Two Powerhouses of the World”**. Retrieved December 15, 2019, from <https://gomedici.com/mobile-payments-comparison-of-two-powerhouses-of-the-world>
- WeChat. (2018, May). **Privacy Protection Summary**. Retrieved December 13, 2019, from https://www.wechat.com/en/privacy_policy.html

Appendix I



WeChat Privacy Protection Summary

YOUR RIGHTS

The following section applies only to persons that are resident in the European Union.

You have certain rights in relation to the Personal Information we hold about you. Some of these only apply in certain circumstances as set out in more detail below.

We set out how to exercise those rights. Please note that we will require you to verify your identity before responding to any requests to exercise your rights. We must respond to a request by you to exercise those rights without undue delay and at least within one month (although this may be extended by a further two months in certain circumstances, such as where the request involves substantial volumes of information or is otherwise complex). To exercise any of your rights, please complete the [request form](#) and follow the steps for submission.

Access & Correction

Upon request WeChat will provide you with information about whether we hold any of your personal information. You also have the right to access personal information we hold about you, how we use it, and who we share it with. You also have the right to correct that information.

You can access and correct your personal information by logging into your **WeChat account** at any time. For example, you can delete certain Location Data that you have provided us via your device settings or the "Clear Location" option within WeChat.

If you believe we hold any other personal information, or you want to correct information that you are unable to correct using your account, please complete the request form [here](#). We may not be able to provide you with certain Personal Information if providing it would

interfere with another's rights (e.g. where providing the Personal Information we hold about you would reveal information about another person).

With respect to correction requests, where we agree that the Personal Information is inaccurate or incomplete, we will try to tell any third party to whom we have disclosed the relevant Personal Information so that they can rectify the Personal Information too.

Erasure

You can delete your account, or remove certain personal information, by logging into your WeChat account and following the account deletion instructions [here](#). If there is any other personal information you believe we process that you would like us to erase, please complete the request form [here](#).

You may request that we erase the Personal Information we hold about you in the following circumstances:

- you believe that it is no longer necessary for us to have your Personal Information;
- we obtained your consent to process the Personal Information and you withdraw that consent (and we have no other grounds for processing the Personal Information);
- you believe we are unlawfully processing your Personal Information; or
- you are or were under the age of 13 when we collected the Personal Information and we can verify your age.

Also note that you may exercise your right to restrict our processing your Personal Information (as described below) whilst we consider a request to erase your data.

Please note, however, that we may retain the Personal Information if there are valid grounds under law for us to do so (e.g., for the defence of legal claims, freedom of expression or some other legal obligation) but we will let you know if that is the case.

Where you have requested that we erase your Personal Information that we have made public and there are grounds for erasure, we will use reasonable steps try to tell others that are displaying the Personal Information or providing links to the Personal Information to erase it too.



Restriction of Processing to Storage Only

You have a right to require us to stop processing the Personal Information we hold about you other than for storage purposes in certain circumstances. Please note, however, that if we stop processing the Personal Information, we may use it again if there are valid grounds under data protection law for us to do so (e.g. for the defence of legal claims or for another's protection).

Where we agree to stop processing the Personal Information, we will try to tell any third party to whom we have disclosed the relevant Personal Information so that they can stop processing it too.

You may request we stop processing and just store the Personal Information we hold about you where:

- you believe the Personal Information is not accurate (for the period it takes for us to verify whether it is accurate);
- we wish to erase the Personal Information as the processing we are doing is unlawful (but you want us to retain the Personal Information and just store it instead); or
- we wish to erase the Personal Information as it is no longer necessary for our purposes (but you require it to be stored for the establishment, exercise or defence of legal claims).

Portability

You have the right to receive a copy of certain Personal Information we collect from you. This comprises any personal information we process on the basis of your consent (e.g., voluntarily-provided profile data, social media content posted to Moments, content selected to store to Favorites) or pursuant to our contract with you (e.g., profile data), as described in the section "**How we process your information**". You have the right to receive this information in a structured, commonly used and machine-readable format. You also have the right to request that we transfer that personal information to another party. You can exercise your right to export your data by following the instructions [here](#).

If you wish for us to transfer the Personal Information to a third party, please ensure you detail that party. Note that we can only do so where it is technically feasible. We are not responsible for the security of the Personal Information or its processing once received by the third party. We also may not provide you with certain Personal Information if providing it would interfere with another's rights (e.g. where providing the Personal Information we hold about you would reveal information about another person or our trade secrets or intellectual property).

Objection

You may object to our use of your Personal Information if we use your information on the basis of our legitimate interests (such as when we use your personal information for your account security, such as to prevent malicious log-ins). If you object to such processing, please review and submit the form [here](#), providing detailed reasons.

To the extent provided by applicable laws and regulations, you may withdraw any consent you previously provided to us by following the instructions set out [here](#).

Last modified: 2018-05-10

	Name and Surname (姓名) : Chama Jutachavakul
	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) : Tourism Management, Chinese Business for Communication
	Address (地址) : 99/170 Aspire Sathorn-Ratchapreuk, Terdthai Road, Bangkhae Sub-district, Bangkhae District, Bangkok Metropolis, 10160



试探国际中文教学课堂冲突及应对措施

ON CONFLICTS IN INTERNATIONAL CHINESE TEACHING CLASSES AND COUNTER MEASURES

刘凯

LIU KAI

广西师范大学

Guangxi Normal University, P.R.China

E-mail: 1633180641@qq.com

Received: 27 December 2019 / Revised: 5 May 2020 / Accepted: 6 May 2020

摘要

在国际中文教学课堂中由于语言差异、文化差异以及教学资源的不可控性，会出现一系列突发情况，比如课堂纪律、教学硬件设施、课外教学失约、课后作业处理、文化冲突等问题。针对这些突发情况，国际中文教师通过教学训练不断提升跨文化交际能力和专业素质，在国际中文教学课堂迅速做出适时适切的应对措施。

关键词：国际中文教学，课堂冲突，应对措施

ABSTRACT

In the international Chinese teaching classroom, due to the language differences, cultural differences and uncontrollable teaching resources, there will be a series of emergencies, such as classroom discipline, teaching hardware facilities, extracurricular teaching failure, after-school work handling, cultural conflict and other issues. In response to these emergencies, international Chinese teachers continue to improve their intercultural communication ability and professional quality through teaching and training, and quickly make timely and appropriate response measures in the international Chinese teaching classroom.

Keyword: International Chinese teaching, classroom conflict, Counter measures

一、前言

笔者，自 2014 年至 2020 年在中国大陆教授来自世界各地，大约 12 个国家的留学生，通过课堂教学、在外兼职教学以及网络远程教学等渠道，使自己的专业素质得到了很大提升，在教授留学生方面夯实了理论基础，提升了教学技能，积累了宝贵的教学经验，在国际中文课堂教学中收到一定的成效。针对自己的课堂教学情况以及学生给出的反应，做出了分析与总结。本文试探在国际中文教学过程中遇到的突发状况，审时度势做出适时适切的应对措施。

二、课堂纪律的冲突分析

笔者通过查阅相关文献以及实践调研中发现汉语教师是班级管理的主导者，教师的个人魅力和管理水平直接影响一个班的学生，学生喜欢教师的上课风格，认可汉语教师，可以短时期内形成一个有凝聚力的班级，许多学生也可以变成管理者，提高自己的责任意识，和汉语老师共同维护一个班的纪律和制度。

（一）关于迟到早退问题

案例：2015 年带的非洲留学生，上课之前总喜欢迟到，每次问原因都说是因为在酒吧驻唱，晚上回去宿舍就很晚了，早上不可能很早起来的，第一次我没当回事，结果接下来每次上课都要迟到，不利于其他同学的课堂专注度和我的上课节奏。

【应对措施】

1. 耐心倾听型：课后或者单独找一个时间和学生耐心了解情况，如果是特殊情况，可以给予宽容、理解，但是告诉他每天的作业必须按时完成，课后有不懂得可以向老师提问。
2. 态度坚定型：提醒时间观念并且建立奖惩制度，让学生了解到迟到的严重性既然来到了中国学习就要接受中国的文化，中国课堂上屡次迟到是不允许的。

（二）关于上课纪律

案例一：有一次在混合国际班中讲课，菲律宾的留学生 Loyyd 在上课的中途坐到桌子上听我讲课。而且作“睡姿”状，并且还一直看着我笑。

【应对措施】

1. 间接提醒型：在上课的中途发生这种情况，可以点名让另一位同学和 Loyyd 一起到讲台上读课文，读完之后，特别提醒“请做回自己的座位上”，特殊强调一下课堂规则。
2. 适当调侃型：理解到外国学生上课相对自由的模式，在不影响课堂秩序的前提下，是允许的。可以在不伤害学生自尊的前提下，和其他的同学调侃一下他，例如：“大家有没有觉得 Loyyd 坐在桌子上，特比像美人鱼啊？”（这种情况下，我相信学生会主动回到座位上）。

案例二：上课的中途，他们的弟弟妹妹突然出现在旁边，会出现走神，跟弟弟妹妹说话，甚至有时候会一起喝奶，一起吃水果这些课堂上不允许出现的行为。（新西兰网络视频教学课）



【应对措施】

1. 点名读词型：可以抽点他们中的一个人，让他们读一下现在学的词，并且解释一下意思，这样让他们增加课堂的警觉性，下次不会犯相同的问题
2. 配合朗读型：根据文章的课文，让他们两个人分角色朗读课文，提高课堂的配合度，重新回到课堂。
3. 家长汇报型：课后向家长反映情况，向家长建议下次上课的时候，做到学生的旁边，远程授课的纪律让家长来控制，支开他们的小弟弟小妹妹，认真听课。

案例三：2016 年带的菲律宾夏令营团，菲律宾的小朋友很活跃，上课经常坐不住，一直频繁的“上厕所”，并且一去就是好几分钟，但实际上厕所就在旁边，特别近。

【应对措施】

1. 回答问题型：学生如果一直去厕所的话，事先说好，上厕所之后回来要回答问题。如果回答错误，会有相应的惩罚，这样可能会让一些故意一直去厕所的学生意识到问题。
2. 将计就计型：让一个值得信赖的学生跟在这个学生后面看看他是否是真的上厕所，如果是去外面玩儿了，要有相应的“惩罚”。
3. 明确规则型：首先上课前就规定，上课前规定三分钟的时间去厕所，要去的抓紧去，上课期间不准去厕所。

三、学硬件设施的冲突分析

各个学校的办学条件和办学水平存在差异，相应的硬件设施也存在差异，有的学校出现硬件设施配套跟不上的问题。教师在进行多媒体教学时，若出现质量问题，比如，教学过程中突然出现停电，突然出现电脑突然卡断，都可能引起学生的骚动、起哄、注意力不集中，影响学生正常完成教学任务，严重影响到教师的上课情绪和讲课水平的发挥。（以网络教学视频为例，2017 年 9 月初刚接触来自新西兰的 Sofia 和 Kevin，他们是我网络远程授课的第一组学生）

案例一：在上第三节课的视频课时，播放一则有关于课文的视频，视频突然没声音了，学生也听不到我的声音，学生开始不专心，一直东张西望。

【应对措施】

1. 口语转述型：先向学生说明情况，下面进行口述讲解，要讲的生动有趣，做到和学生互相交流，让学生绝大程度理解。
2. 转换注意型：针对开始不专心，东张西望的问题，可以讲一个笑话、放一首中文的儿歌或者让学生唱一首中文的歌曲，让学生重新回到课堂，一方面缓解尴尬，另一方面可以利用这个时间，看一下是否可以视频问题解决。

案例二：在视频授课中途，而且是电脑充满电的情况下，电脑突然关机，导致课程无法进行。

【应对措施】

1. 迅速反应型：通过微信等电子手段向学生和家长反映情况，在此期间让学生看一下这节课的内容，利用这个时间处理电脑问题。
2. 转换平台型：如果电脑没办法修好，那就用手机微信、QQ 等其他电子交际工具进行远程教学教学，做到不让学生等待。如果实在没办法，就放到下一节课讲解。

四、课外教学失约的冲突分析

胡文仲在《跨文化交际概论》中认为，现实生活中的一些不可控因素会对汉语教学造成一定的影响，一方面转移学生的注意力，另一方面对汉语教师的课堂教学产生一定的挑战性，外国留学生不能够充分适应中国文化，不能过完全融入目的语环境。因此在日常的学习和交际中会出现一些突发的，教师需要立刻应对的情况。

案例：2017 年兼职教韩国留学生时候，辅导时间恰好和双十一冲突，学生说今晚没心情学习，让我跟他出去购物。而且今晚大打折，这种活动一年才来一次，真的特别想去。

【应对措施】

1. 有备而来型：作为对外汉语教师的我们，一定要有这个意识，每个节日的到来，都要准备一些有关的学习材料，学生一定要出去的话，就给学生讲授有关中国购物（购物中涉及到的词汇、如何讲价等等）、中国支付手段（支付宝、微信等）一系列涉及到购物的知识，讲解完后，正好应用到实际生活中，这样效果会更好。

2. 规定计划型：如果遇到这种情况，学生实在要出去的话，在学生的同意下，可以缩短今天的教学时间和教学内容，在规定时间内完成相信的任务后，可以陪他一起出去。

3. 顺水推舟型：答应他和他一起出去，和他说好今天的课程就是以“购物”为主题的课程，在玩儿的时候遇到的每一个有关购物的词汇，或者句子要教授给他，下次课的时候检查、温习、回顾。

五、课后作业处理的冲突分析

案例一：2016 年的时候带的外国团，作业基本都能按规定认真完成，但是有一名叫 Herry 的中级班的孩子，造句总喜欢用很恐怖的词汇造出很恐怖的句型，例如：“因为今天心情不好，所以我杀人了。”、“如果有人欺负我的妹妹，那我一定会绑架他。”

【应对措施】

1. 词语解说型：可以向学生重点强调一下“杀人”这个词的意思，向同学询问对“杀人”的理解，并且告诉学生用这种词汇造句会让自己的同学慢慢疏远自己，不利于人际交。

2. 间接引导型：首先肯定学生关联词使用的正确性，给予鼓励，其次给学生规定一个积极向上的词汇，进行造句。例如“通过了……考试”、“吃了红烧肉”等等值得开心的词汇或者短语。

3. 课后咨询型：课后可以找学生单独谈一下这个问题，问清楚学生为什么要用“杀人”造句。如果情有可原，一定要提醒学生下次要避免用本词造句（除非在特殊句子中）。

案例二：外出游玩之后，菲律宾的一部分小孩子没有交作业，问情况时，跟我说：“老师，我不想写，我自己全都会了觉得没有必要写，明明是在浪费时间时间”，劝说之后，上课也不像之前那么积极了，不喜欢回答问题，不配合老师的教学，甚至还在课堂睡觉。

【应对措施】

1. 激励表扬型：可以在课上就某方面为例子，例如“口语发音好”、“组词造句”“中国文化知识丰富”等等方面进行点名鼓励该同学，让其他同学学习，这样可以让学生找到自己的价值，提高学习中文的热情，帮助他重新回到课堂。



2. 点名参与型：在课堂上做活动时候，或者在平时的上课提问过程中，点名叫该同学进行回答和参与，完成之后要做出鼓励及表扬，并给予相应的奖励机制。

3. 耐心教导型：课下和该同学耐心交谈，虚心听取学生的建议和意见，让学生指出作为老师的我们在什么地方做的不太妥当，导致了现在消极的上课状态。然后根据学生给出的回复作出相应的调整，并且和学生耐心商量好之后要互相配合。

六、文化的冲突分析

(一) 政治冲突

这反映了一种政治理性，也反映了一种政治安慰。他是特定的政治形态的心理基础，这种心理基础是政治稳定发展的基本要求。

案例：上课的时候我一般是避开不讲的，但是有一次一个韩国的学生说：“老师，我跟你说，其实你们的东北三省是我们韩国的”，当时听了心里很不是滋味儿，回去查阅了有关资料，才发现并不是韩国的。

【应对措施】

1. 避而不谈型：作为对外汉语老师，最忌讳的就是讨论政治问题，这样会造成冲突，即使自己查阅资料后得出了证实，也没必要再跟同学强调了，保持理性，不必要在意这件小事，“尊重”他的“看法”即可。

2. 客观中立型：告诉学生这些结论都只是一家之言，坚持作为一个“中国人”的立场，相互理解，换位思考，站在中立的角度对外这件事。跟学生强调，这些政治问题不是我们需要涉及和关心的，我们也无能为力，我们还是进入我们的课堂学习吧。

(二) 关系冲突

在认识论的意义上，造成文化冲突的文化一方，往往倾向于将他人他物作为自己的认识对象而对其吹毛求疵。

不但把他人他物作为认识对象来考察，同时还要从二者关系的角度来探究。在西方的文化中，学生和教师是自由、平等的关系。而中国的教师更适应传统的教学模式，老师在学生面前是有权威的，因此二者冲突在所难免。

案例三：第一次教留学生的课时，一个学生要请假去旅游，出于关心，我问了好多：“你要去哪里？”、“你什么时候回来？”、“你自己一个人去？”、“你要去几天？”、“你认识路吗？你会自己购买票吗？”……留学生突然生气了：“我不是小孩子，OK？这样子真的很烦，我没有义务要告诉你！”

【应对措施】

1. 耐心交谈型：跟留学生强调自己是出于关心，怕自己新来中国，人生地不熟，万一遇到什么困难，老师和学校这边没法交代，希望学生能够理解，也希望学生能够配合。

2. 理解尊重型：留学生如果对中国很熟悉了，那就不用言之过多，反而国际中文教学教师要理解留学生，尊重他们独立的人格，把师生关系定位在平等的社交关系上，诚恳道歉之后，简单提醒学生千万注意安全。

结语

作为对外汉语教师的我们，现在机构教学、网络远程教学和出国教学成为我们工作的场所，但是无论在哪个地方教学，无论以何种方式教学，在教学的过程中难免会遇到各种各样的突发情况，这就需要我们及时作出相应的应对措施。

以上的示例仅依据笔者 2014 年至 2020 年的教学经历，并从中选取具有典型性的教学案例以及跨文化交际案例，以后可能会接触到各种各样的不同文化背景的留学生，遇到各色各样的其他问题需要自己处理，但是作为对外汉语教师，作为传播中华文化的“使者”，这条道路依旧任重而道远。

所以我们需要树立起“爱国主义传播者”的形象，传播中国文化，遇到各种各样的问题，都要尽自己最大的能力解决。不断提升自己的跨文化交际能力，提升自己的专业素质。

参考文献

刘运红. 中亚留学生考勤管理工作研究—以新疆师范大学留学生为例[J]. 民族教育研究, 2013

刘珣. 对外汉语教育学引论[M]. 北京语言大学出版社, 1999. 201-353

朱焕芝. 对外汉语课堂管理文化冲突及解决策略[J]. 文学教育（下）, 2012

邵仲庆. 对外汉语教学中课堂冲突的文化归因研究—以美国俄克拉荷马州[M]高中汉语课堂为个案 [D]. 西南大学出版社, 2010. 105-132

李景国. 课堂教学突发事件原因探析[J]. 教学与管理, 2009

周慧. 浅析中西方隐私观的差异[A]. 长春理工大学学报（高教版）, 2009

	Name and Surname (姓名) : LIU KAI
	Highest Education (最高学历) : Master Degree
	University or Agency (任职院校或单位) : Guangxi Normal University
	Field of Expertise (专业领域) : Master of Teaching Chinese to Speakers of Other Languages
	Address (地址) : Guangxi Normal University , YanZhong No. 1 Road , YanShan Town YanShan District , GuiLin city , GuangXi province 541006 , P. R. China



云茶历史文化溯源

THE HISTORICAL AND CULTURAL ORIGINS OF YUNNAN TEA

肖迎 博士 教授¹

Prof.Dr.XIAO YING

云南大学、经济学院

School of Economics, Yunnan University, P.R.China

E-mail: 1078806946@qq.com

包忠华²

BAO ZHONGHUA

普洱市新华国茶公司

Pu'er Xinhua National Tea Co., Ltd., P.R.China

E-mail: ppkbzh@163.com

刘楚潇³

LIU CHUXIAO

日本、广岛大学

Hiroshima University, Japan

E-mail: liuliuwdxyz@qq.com

Received: 27 April 2020 / Revised: 5 May 2020 / Accepted: 17 May 2020

摘要

茶源于中国，云南是茶的故乡。文章从历史文献的梳理和实地调研说明云南以布朗族、基诺族为代表的民族和他们祖先居住的区域是世界茶源的发端，时至今日，在云南所有 26 个民族中都有关于茶祖的祭拜和茶文化的展现。文章还以云南普洱市古茶山为重点，对茶的历史演进和茶资源分布做出介绍，茶资源的有序开发利用对促进地方经济社会发展，民族和谐意义重大。

关键词：茶溯源，历史文化，云南省

ABSTRACT

Tea comes from China. Yunnan is the hometown of tea. Based on the historical documents and field investigation, this paper points out that the nations represented by Bulang and Jinuo ethnic groups and the areas where their ancestors lived are the origin of tea sources in the world. Up to now, in all 26 ethnic groups in Yunnan, there are worship of tea ancestors and exhibition of tea culture. The article also focuses on the ancient tea mountain in Pu'er City, Yunnan Province, and introduces the historical evolution and distribution of tea resources. The orderly development and utilization of tea resources is of great significance to the promotion of local economic and social development and national harmony.

Key words: Tea traceability, History and Culture, Yunnan Province

台湾师范大学教授，中国普洱茶学会创会会长邓时海先生在其出版的《普洱茶》一书中说：普洱茶是云南茶叶中的传统茶种，以前云南省内的茶叶都成为普洱茶，近期因为有了绿茶和红茶的生产，所以使得普洱茶的名称变得模糊。

关于普洱茶的定义，从 1988 年 12 月农业出版社出版的《中国农业百科全书》，1992 年 5 月上海文化出版社出版的《中国茶经》，1993 年 12 月云南人民出版社出版《云南省茶叶进出口公司志》和后来出版的《中国茶学词典》《中国名茶志》《中国茶叶大辞典》可以知其一斑，直至 2004 年 4 月 16 日由中华人民共和国农业部发布，2004 年 6 月 1 日实践的中华人民共和国农业部行业标准 NY/T779-2004《普洱茶》才对普洱茶或云茶的相关术语及定义和适用范围做出一定的规范性说明。2008 年颁布实施的普洱茶国家标准给普洱茶的定义是：“普洱茶必须是以地理标志保护范围内的云南大叶种晒青茶为原料，并在地理标志保护范围内采用特定的加工工艺制成。国家质检总局规定，普洱茶地理标志产品保护范围是云南”（普洱茶国家标准，2008）

一、茶，源于中国，是中华之国饮

《神农本草经》、《尔雅》、《广雅》、《晏子春秋》、《华陀食论》、吴志《韦目翟传》、《茶史》等大量古籍文献对茶之源已有记录，其中陆羽（728—804）《茶经》记述最详。《茶经》记载：“茶之为饮，发乎于神农氏，齐有晏婴，汉有杨雄、司马相如，吴有韦曜，晋有刘琨、张载、祖纳、谢安、左思之徒，皆饮焉”（陆羽，2015）。遑遑数千年，茶孕育于春秋，萌于秦汉，兴于唐，盛于宋，发展于明清，与中华五千文明史同脉相承。东晋常璩所著《华阳国志·巴志》记载：“周武王伐纣，实得巴蜀之师，丹、漆、茶、蜜——皆纳贡之。其果实之珍者——园有芳蒟、香茗。茶者，茶也”

（常璩、刘琳 校注，2007）。上述记载证明远在 5000 多年前中国就发现了茶；早在 3000 多年前的西周时期巴国已利用茶叶，并且作为贡品进贡王室。《茶经》中还写到：“茶者，南方之嘉木也。一尺、二尺乃至数十尺，其巴山峡川，有两人合抱者……”。这说明 1300 年前的中国西南巴山峡川地区曾经分布有广泛的乔木茶树。

二、云南是世界茶树原产地、普洱是“世界茶源”

茶树原产地在中国还是在印度？这在国际上争论了一个多世纪。原因是在 1824 年，英国人勃鲁士在印度阿萨姆邦发现了野生茶树，英国人贝尔登在其著作《阿萨姆之茶叶》中认定茶树原产于印度。此一说得到英国人、日本人附和，从此在国际学术界就引发了“茶树发源地在印度还是在中国”的争论。1922 年，年仅 26 岁的吴觉农先生挥笔撰文发表了著名的“茶树原产地考”，吹响了批判洋人学者对茶树原产地偏见的号角。日本人桥本实也做出茶树的原产地在中国的云南推论。1993 年 4 月，“中国普洱茶国际学术研讨会暨中国古茶树遗产保护研讨会”在思茅地区（现普洱市）举办，来自亚洲、美洲 9 个国家和地区的 181 位专家学者亲临邦崴古茶树现场考察分析，达成共识：“澜沧邦崴古茶树通过分析其染色体组型，并与云南大叶种和印度阿萨姆种的核型对比，结果发现邦崴大茶树核型的对称性比云南大叶种和印度阿萨姆种对称性更高。证明邦崴大茶树是较云南大叶种和印度阿萨姆种更原始、起源更早的茶树，是野生型向栽培型过渡的过渡型结论，以核型分析结果看是完全正确的”（黄桂枢，1993），从而使得这场争论有了结果。

按国际标准植物分类：茶树属植物界，种子植物门，被子植物亚门，双子植物纲，山茶目，山茶科，山茶属，茶亚属，茶组，茶系、茶种。木兰目是最早的被子植物，木兰是所有被子植物的祖先。植物学界公认，茶与木兰有亲缘关系，原始茶是由木兰直接演变化而来。

1978 年，中科院北京植物研究所和南京地质古生物研究所公布了在普洱市景谷县发现的宽叶木兰化石“新种”为主体的植物群化石，在地质古生物学上被称为“第三纪景谷植物群分布区系”，是我国少见的渐新世植物群，也是唯一没有受到第三纪冰川波级的区系，仅见于景谷盆地，距今有 3540 万年；在景东县锦屏镇、景谷县煤厂、澜沧县勐滨等地发现的中华木兰化石，时代为第三纪中新世，距今有 2500 万年。1995 年云南地矿局区域地质调查所何昌祥等专家，在云南的景谷、景东、澜沧、腾冲、梁河等地发现大量的第三纪地层木兰化石。

陈椽《再论茶树原产地》认为，茶树原生按生物进化学说，先是一棵或数棵在原点形成开始，而后逐渐扩大；四川、黔西、滇东高原因地形破碎，气候不宜，不是茶树原产地。茶树沿着澜沧江、金沙江等领域分布，而滇西南的普洱、临沧、版纳等地才是茶树原产地。（陈椽，1980）

对普洱市镇沅县九甲乡的千家寨，景东县太忠镇大柏村丫口社，澜沧县邦崴村和景迈山万亩古茶园的考察得知，云南普洱市拥有世界唯一的一条从“木兰化石（宽叶、中华）——野生型——人类栽培驯化野生茶树活标本——过渡型——栽培型、茶类植物垂直演变完整的生物链”，普洱市于 2013 年被国际茶叶委员会授予“世界茶源”称号。

三、古文献纪录中的云南茶

中国西南地区发现和利用茶叶的历史悠久，但云南生产茶叶的历史相关记载却留下很少。《华阳国志、南中志》说：“平夷县……山出茶密……”（商周时称今天云南富源县为平夷）。这是云南最早记载有茶的资料。公元 862 年（唐懿宗咸通三年），南诏王世隆派遣部队攻打安南（今越南河内），

经略使王宽不能抵御，朝廷另派湖南观察使蔡袭取代王宽为经略使，将兵屯守。樊绰随行为蔡袭的幕僚，为了对付南诏，他受蔡袭之命，对南诏情况进行调查了解，搜集资料并参考前人著作，于公元 863 年写成《蛮书》，又名《南夷志》、《南蛮志》等。此书共十卷，对南诏统治区的政治、经济、民族、山川、交通城镇及境外诸国作了详细记述，为现仅存唐代著述中有关云南地区之专著，特别寥寥数字关于茶的记录具有极重要的史料价值。

樊绰《蛮书》（管内物产第七卷）载：“茶出银生城界诸山。散收无采造法。蒙舍蛮以椒、姜、桂和烹而饮之。（樊绰 撰、向达 校注，1962）”古银生城即今普洱市景东县城，唐代南诏国在景东设银生节度使，管辖范围相当于今普洱市、西双版纳州全境和临沧市、大理州部分地区、缅甸景栋、老挝北部、越南莱州。“蒙舍蛮”系唐代洱海附近居民六诏之一南诏，其民族属于当时称“乌蛮”的一部分，无量山系和哀牢山系为唐南诏彝族政权辖区，隶属蒙舍诏。

“茶出银生城界诸山”，由于樊绰太惜墨，寥寥数字留下给后人无限想象的空间。其实樊绰当年写《蛮书》时是以一个军事间谍的身份来完成的，他从越南河内一路跋山涉水潜入南诏搜集资料。由于受时间、空间、环境的限制，“茶出银生城界诸山”的所指范围不可能是银生节度的管辖范围，而应该是银生节度府的驻地景东县城周边的无量山、哀牢山等群山，也就是说不包括西双版纳的古六大茶山等茶区。比樊绰晚 700 多年的徐霞客，游历了云南的一些茶山后的游记范围也有限，走到哪写到哪。用今天有飞机、卫星、网络时代的视角去理解 1200 多年前用脚步丈量地球的时代是不可想象的。

唐代贞元十年（公元 794 年），唐王朝与南诏和盟后，在南诏设银生节度，在银生节度辖区内生产的茶叶被官方命名为“银生茶”。《元史·本纪》载：“至元三十一年（公元 1294 年），云南行省所定路、府、州、县，普日部（宁洱）、思摩部（思茅）、步腾部（普文）、步竭部（宁洱境内）等属元江府辖”。《明史·地理志》载：“云南承宣布政使司，领府五十八、州七十五、县五十五、蛮部六。镇沅府辖禄谷长官（恩乐）、者乐长官（新抚）；元江府辖他郎寨长官司（墨江）、普日长官司（宁洱）、思摩甸长官司（思茅）、钮兀长官司（江城）”。明万历年间，谢肇淛《滇略》（公元 1620 年）卷三中云：“土庶所用，皆普茶也。”这是“普茶”第一次作为专有名词在史书中出现。

清朝雍正七年（公元 1729 年）设置普洱府，为流官制；同年，将普洱通判移驻思茅，又在思茅兼设攸乐同知。公元 1765 年清朝赵学敏撰《本草纲目拾遗》云：“普洱茶出云南普洱府……”对普洱茶的产地区域作了准确的判定，也是“普茶”到“普洱茶”的官方定义。

“银生茶”名称使用应该从公元 794 年到公元 1294 年这期间的近 500 年；“普茶”名称的使用从公元 1295 年到 1728 年近 430 年；“普洱茶”名称则从公元 1729 年使用至今，普洱茶因普洱府而得名，普洱府因普洱茶而名扬天下。

四、云南各地崇拜的茶祖与各民族的茶俗

(一) 茶祖崇拜

“茶之为饮，发乎神农氏”，作为中华民族始祖之一的神农氏，是茶的第一始祖。云贵高原在几十万年前就有人类祖先活动的痕迹。在云南境内澜沧江流域发现大量旧石器时代晚期至新石器时代的遗址和器物证据。新石器时代时人类开始从事简单的农业和牧业，这些人中有一部分即是后来生活在澜沧江流域的古濮人。古濮人为布朗族、德昂族、佤族等云南民族的祖先，也是最早利用茶叶的人。当地濮人最早发现和利用茶树时是以药用和当野菜食用，并逐渐形成人工栽培驯化野生茶树的漫长历史，所以可以说古代濮人是云南地区的茶祖。

在布朗族传说中，祖先帕岩冷给后代留下遗训：我要是给你们留下牛马，怕遭到灾难死去，要是给你们留下金银财宝，怕你们吃光用光，给你们留下茶树，让子孙后代取不完用不尽。公元 180 年，帕岩冷带领子民在景迈山上种下了一片片茶林，他也因此成了有名姓可考的最早种茶的人，帕岩冷成为有名可考的最早的茶祖。（究竟谁才是第一个发现茶的人，2018）

在攸乐茶山的基诺族的传说中，他们是诸葛亮南征时遗留下来的。诸葛亮给他们茶籽，让他们安居下来，种茶为生。清朝道光年间编撰的《普洱府志·古迹》中记载：“六茶山遗器俱在城南境，旧传武侯（武侯是指三国时期的蜀相诸葛亮），留铜锣于攸乐，置铜于莽枝，埋铁砖于蛮砖，遗木梆于倚邦，埋马蹬于革登，置撒袋于慢撒，因以名其山。莽枝、革登有茶王树较它山独大，相传为武侯遗种，今夷民犹祀之”。（郑绍谦，1850）

今天景迈山蛮景村中华民族茶祖的顺序为神农、古代濮人、帕岩冷、诸葛亮、陆羽等，但不同地区、不同民族崇拜、祭祀的茶祖是不同的，如无量山、哀牢山地区的人们祭祀茶祖，没有具体的人及塑像，是祭天地、祭祖先；景迈山布朗族、傣族等民族的茶祖为帕岩冷；普洱市思茅、宁洱、西双版纳等多地的茶祖为诸葛亮；临沧市多地的茶祖为“神农”。

(二) 云南各民族的茶俗

云南是个多民族地区，包括汉族在内的 26 个民族都酷爱茶饮，并在生产、生活中形成不同的饮茶文化和习俗。“茶出银生城界诸山，散收无采造法，蒙舍蛮以椒姜桂和烹以饮之”，今天“大理三道茶”和“银生三道茶”还能诠释这种古老的饮茶方式，。

1、“白族三道茶”。“大理白族三道茶”寓意人生“一苦，二甜，三回味”的哲理，现已成为白族民间婚庆、节日、待客的茶礼。第一道为“苦茶”，即为烤茶；第二道为“甜茶”，烤茶、煮茶时放入少许红糖、乳扇、桂皮等，这样沏成的茶，香甜可口；第三道茶是“回味茶”，其煮茶方法相同，只是茶盅放的原料已换成适量红糖（蜂蜜）、炒米花、花椒粒、核桃仁等。

2、“银生三道茶”。一道为彝族百抖茶即为烤茶，将茶置于陶罐中，用文火中反复抖烤上百次，将茶叶烤透，注入沸水，在文火中煮片刻即可饮用；二道为糊米茶，就是把大米炒糊、红糖或蜂蜜与炒过的茶一起煮而饮用，此法用于治疗腹泻等；三道为椒姜茶，在烤茶、煮茶时加姜片、花椒、

桂皮等，喝了能发汗，多用于治疗感冒，这些简单的方法千百年在缺医少药的地方广泛使用。

3、“竹筒茶”。傣族、拉祜族人民世代相袭的一道待客传统茶饮。傣族、拉祜族是与竹子相伴的民族，将茶放入新鲜的竹筒中，将其口封紧，放在火塘上烘烤备热，烤至发出茶叶清香，取下加入适量的蜂蜜，然后将沸腾的山泉水倒入竹筒中，再烤煮片刻，即可饮用。

4、佤族“石板烤茶”。佤族世代沿袭的一道待客茶饮。取一块本地较薄的石板置于火塘之上，放入适量茶梗，加入“三七”花叶，用手不停地翻炒，直至茶梗发黄，“三七”花叶缩筋成卷，发出茶叶的香味，取之入罐，加入沸水，稍煮片刻，即可饮用。是一道提神补气，解疲开胃，健体美容的佤家礼仪茶饮。

5、其他民族茶俗。云南各少数民族茶俗还有爱尼人的“土锅茶”，基诺族的“凉拌茶”，布朗族的“青竹茶”和“酸茶”，佤族的“烧茶”和“擂茶”，哈尼族的“公主茶”，纳西族的“龙虎斗”和“冲盐巴茶”，傈僳族的“油盐茶”和“响擂茶”，回族的“罐罐茶”等。

五、云南普洱古茶山拾遗

云南普洱市、临沧市和西双版纳州古茶山古茶园的广泛分布，限于篇幅，我们仅对普洱市古茶园进行一个条理，可窥见云茶的历史与繁盛。

（一）景迈山古茶园

位于普洱市澜沧拉祜族自治县惠民乡的景迈山上，面积 2.8 万亩，是世界上面积最大保存最完整的栽培型古茶园。古朴的村庄仿佛像镶嵌在森林中，有数百年历史的干栏式建筑，古朴中透视出边疆少数民族发展的史诗。只有走近才能看清哪些间杂在参天古树之间茶树，错落有致，稀疏合理，你中有我，我中有你。

（二）困鹿山古茶园

位于宁洱县境内，地处无量山南段余脉，为澜沧江水系和红河水系的分水岭，最高峰海拔 2271 米。困鹿为傣语，“困”为凹地，“鹿”为雀、鸟，“困鹿山”意为雀鸟多的山凹。山中峰峦叠翠，古木参天，溪水长流。困鹿山古茶园有人工栽培型古茶 600 亩，有生态茶园 3800 余亩，有野生茶群落面积达 2000 余亩。

（三）老仓古茶山

老仓古茶山位于景东县北部，是彝族聚集区。老仓古茶主要生长区域在海拔 1600-2100 米之间，年平均温度 11.6-14.6℃，年降水量 1280-1390 毫米，土壤为红壤和黄棕壤，沙性较重，非常适宜优质茶叶生长。共有生态茶园面积 2 万余亩，其中有古茶面积近 7000 亩。古茶园以地埂茶和满天星式种植。

(四) 御笔古茶山

御笔古茶山位于国家级自然保护区无量山之中，主要包括景东县锦屏镇的帮崴古茶园、五棵桩古茶园、菜子地古茶园、邓家古茶园，文井镇的长地山古茶园、竹蓬古茶园等。其中帮崴古茶园有古茶园面积 300 多亩，生态茶园 800 余亩。

(五) 凤冠古茶山

凤冠古茶山是景东县著名的自然、人文与古树资源荟萃之地，有数千年的种茶历史，茶树品种比较原始混杂，古茶面积 2000 多亩，百年以上古树树数万株，茶叶品质上乘，詹英佩著《茶出银生城界诸山——无量山》岔河·凤冠山一书中描述：“在无量山主峰的西坡面岔河村委会地界内还珍藏着一大片银生古茶，留下了一个形象丰满古韵浓浓的南诏古茶村，这片古茶林和这个古茶村与一个吉祥又灵美的地名——凤冠山连在一起，进岔河看见凤冠山就能见到茶出银生城界堵山的历史画面……”。（詹英佩，2017）

凤冠山至今保存着最完整最有研究价值的南诏种茶模式——粮茶套种、茶树围埂锁地边法，走进凤冠山能看到云南省面积最大、海拔最高、年代最久远、埂线最长、最整齐美观的茶树。

(六) 凤凰古茶山

位于墨江县。由于墨江的主体民族哈尼族没有文字，历史上的古茶园大都被毁弃，推测墨江的种茶历史应该有千年之久。凤凰古茶山核心区域的景星镇有历史可查连片种茶始于 19 世纪，而到了民国年间，景星茶迎来了它的辉煌时期，在民国时期李子忠的带领下，于 1937 年在景星的新华村种了 30 多万株茶，并建立了思普地区第一个规范茶厂——新华茶厂，开启了云南现代制茶业的新篇章。（包中华，2006）

(七) 老乌山古茶山

老乌山不但拥有雄奇瑰丽的自然风光，澜沧江从旁边奔腾而过，古时为银生节度故地，是“茶出银生”的地方，也是南诏文化、中原文化与傣族文化大融合之地，自古当地人重视文化教育，农耕文化发达，拥有凤岗、按板等多处盐井，也是藏传佛教、南传佛教、道教在云南交汇的一个分水岭。

以“刊木古道”为主道连接各条马帮盐道，各路马帮往来于山涧，这里盛产的茶叶与盐巴被驮往四方，繁荣的商品贸易催生了对茶叶的巨大需求，在古代老乌山的先民们就长期种茶，探索出了一套兼顾产量与养护茶树独特的采养结合方式。

(八) 千家寨古茶山

千家寨古茶山位于云南省西南部的哀牢山中段千家寨野生茶树群落：面积近十万亩，为世界上最大的野生茶树群落。其中有一号野生大茶树，树高 25.6m，茎干胸围 2.82m，树幅 22.0 × 20.0m。1996 年经专家考证，推断树龄为 2700 年，是至今发现的世界上最大最古老的野生茶树，被冠以“世界野生茶树王”的美誉。

(九) 黄草坝古茶山

从大理经景东、镇沅、景谷、达普洱，沿无量山西坡的南诏国道“刊木古道”，途径黄草坝，黄草坝成了茶马古道上的驿站。黄草坝古茶山地处刊木古道上，种茶历史有上千年之久，而相对连片种植的多为清朝中晚期种植。植被为山地常绿阔叶林和针阔混交林，年平均气温 18.7 摄氏度，年降水量 1530 毫米，土壤为红壤和黄棕壤。现有古茶面积 6870 余亩，多呈块状分布，管理中等，树势较强，是景谷县古茶面积最大的古茶山。黄草坝村的干坝子山，海拔 1900-2500 米，连片古茶主要分布在大尖山、困庄大地、大水缸等地，有栽培载古茶 2200 余亩，另有野生茶群落 2000 余亩。

(十) 田房古茶山

田房古茶山主要分布于江城县国庆乡，已有 400 多年的种茶历史，百年以上古茶面积有 5800 余亩，包括田房、嘎勒、洛捷、么等、和平等村委会，代表茶园有田房古茶园、洛捷普家村古茶园和嘎勒古茶园等。茶园多种于村寨周边，部分茶园粮茶间作。田房古茶山茶树品种多引进于易武大叶种，因土壤气候条件与易武相近，所产茶叶具有发芽早、芽头大、显毫、香味浓、耐冲泡等易武茶的特点。

(十一) 勐主大山古茶园

清朝晚期种植的茶树保留较少，民国时期种植的面积 600 亩左右；集体化时代在原有茶园的空地大量进行补植、扩种，但因多年疏于管理，茶园里长出很多杂树变荒废，部分茶树枯死；包干到户以后每户分到一小片，特别因普洱茶古树茶兴起后，由于这里的茶品质好，当地茶农在原有茶地里进行补植，在古茶园周边进行一些扩种。近年来勐主大山茶声名鹊起，其茶汤厚滑，香气馥郁，苦涩不显，入口即化，回甘强而持久，成为景谷县茶价最贵的茶山。

(十二) 茨竹林古茶山

位于普洱市思茅区一个历史悠久的布朗族寨子，其祖先沿着自北向南的山林开垦种植了一片接着一片，总面积有 260 多亩的古茶园，距今已有二百多年的历史。古茶园少的有一二十亩，多的一百多亩，是目前为止思茅区境内发现的唯一一处古茶园。

参考文献

包中华《普洱古茶山考察》，2006

究竟谁才是第一个发现茶的人《七茶文化》，2018年2月5日

陈椽著《再论茶树原产地》，载《我国原产作物遗传资源研究学术讨论会论文集》，1980年9月

（唐）陆羽著《茶经》，浙江古籍出版社，2015

（晋）常璩，刘琳校注《华阳国志校注（修订版）》，成都时代出版社，2007

（唐）樊绰撰，向达校注《蛮书校注》，中华书局，1962

（清）郑绍谦《道光普洱府志稿》1850年刊本

黄桂枢《农业考古》，普洱茶振兴发展的历程回顾，1993

普洱茶国家标准(GB/T2111-2008)，2008年12月1日

詹英佩《茶出银生城界诸山—无量山》，云南科技出版社，2017

Author (1) Information (第一作者信息)

	Name and Surname (姓名) : XIAO YING
	Highest Education (最高学历) : PH. D.
	University or Agency (任职院校或单位) : School of Economics, Yunnan University, P.R.China
	Field of Expertise (专业领域) : Research on Rural Development
	Address (地址) : School of Economics, Yunnan University, Chenggong University City, Kunming, P.R.China

Author (2) Information (第二作者信息)

	Name and Surname (姓名) : BAO ZHONGHUA
	Highest Education (最高学历) : Bachelor Degree
	University or Agency (任职院校或单位) : General Manager of Pu'er Xinhua National Tea Co., Ltd., P.R.China
	Field of Expertise (专业领域) : Research and Processing of Pu'er tea
	Address (地址) : Xinhua National Tea Company, Munaihe Park, Pu'er City, Yunnan Province, P.R.China

Author (3) Information (第三作者信息)

	Name and Surname (姓名) :
	LIU CHUXIAO
	Highest Education (最高学历) :
	Master's Degree
	University or Agency (任职院校或单位) :
	Hiroshima University, Japan
	Field of Expertise (专业领域) :
	International Relations
	Address (地址) :
	Jingshan 1-3-2, Dongguangdao



中国共产党与早期菲律宾社会主义运动（1930–1957 年）

THE COMMUNIST PARTY OF CHINA AND THE EARLY PHILIPPINE SOCIALIST MOVEMENT (1930-1957)

杨静林

YANG JINGLIN

（广西民族大学 广西南宁 530008）

(Guangxi University for Nationalities, Nanning, Guangxi 530008)

158855032@qq.com

Received: 12 April 2020 / Revised: 11 June 2020 / Accepted: 17 June 2020

摘要

在美国殖民统治之下，菲律宾工农运动有了不同程度的发展。在中国共产党帮助下，受马列主义思想的菲律宾工人领袖组织建立了菲律宾共产党。菲共组织左翼政治力量开展社会运动，其制定的革命纲领及早期社会主义运动受到了中国革命的影响，尤其是二战时期，两党合作共同抗击日本的侵略，毛泽东的革命思想在菲共中得到了传播，菲律宾社会主义运动在抗战中壮大与发展，建立了革命根据地和人民民主政府。战后，菲共放弃了中共主张的游击战、解散了武装力量，走议会选举与政府谈判的策略。由于美菲联合围剿，菲共领导上的失略导致菲律宾社会运动主义的受挫。

关键词：中国共产党 菲律宾共产党 菲律宾社会主义运动

ABSTRACT

During the American colonial rule, The movement of workers and peasants in the Philippines developed to a large extent. With the help of the Chinese Communist Party (CCP), a group of Filipino worker's leaders, Who had received the ideological edification of Marxism-Leninism, founded the Communist Party of the Philippines(CPP) in 1930, which was organized by the left forces and formulated the

revolutionary program as well as launched the early Socialist Movement obviously influenced by China's revolution. CPP sought for the cooperation with CCP to fight against Japanese aggression, and then Mao Zedong's revolutionary ideas were spread among the Filipino communist in the period of World War Two. Due to undergoing the armed resistance for Japan's invasion, the socialist forces of the Philippines has grew and expanded. They learned from the model of CCP, setting up the communist-controlled base area and the people's democratic government. After war, Philippines socialist movement abandoned the guerrilla warfare advocated by CCP and disbanded the armed forces, even took the strategy of parliamentary elections to take control the country. However, the military encirclement and suppression of United States arm jointing Philippines governments and the failed strategy from the leaders of PCP led to the consequence of the setback of Philippine communism activism.

Keywords : Chinese Communist Party , Communist Party of the Philippines ,
Philippine Socialism Movement

一、中国共产党与菲律宾共产党的成立

菲律宾共产党的成立与中国革命的发展及中国共产党在菲律宾开展革命活动密切相关。早在 20 世纪 20 年代初，菲律宾工人运动领导人伊万赫里斯塔最早将马列主义引入菲律宾，并在城市发动工人运动，1924 年成立工人党，并在美国共产党提议下，菲律宾工会派出代表出席在广州举行的远东运输工人代表大会，菲律宾工人运动领导与中国工农运动领袖建立了社会联系。因革命的需要，中共或共青团在海外发展有华侨背景的成员，建立支部。1926 年秋，中国共产主义青年团成员林星秋到菲律宾发展团员，发展许立为中国共青团菲律宾支部负责人。受组织委派，许立在菲律宾吕宋岛建立起共青团和工人协会。

(龚陶怡，2001: 6)

1927 年蒋介石发动四·一二反革命政变，大肆逮捕、屠杀共产党人。在广东、福建等地的共产党员或左翼人士因有海外关系，秘密转移到了菲律宾。如许立、李炳详、杨静桐等革命家早年在中国国内接受马克思主义思想，抨击国民党治下的贪污腐败，先后加入中国共产党或中国共青团，开办平民夜校和工人补习学校，组织学潮、农民运动及工人罢工等政治运动。受中共组织委派，他们返回菲律宾，在华侨华人社会开展社会活动，逐渐成为中国共产党菲律宾支部的核心人员。(《〈风雨太平洋〉与李炳详一家》，《中山侨刊》，2005:169) 经周恩来批准，李炳详夫妇疏散到菲律宾开展地下革命工作。在菲律宾活动的共产党人大多通晓菲律宾语、英语、西班牙语和华语，非常便于在菲律宾华人群体开展社会主义思想的

宣传工作，创办夜校、传播马列主义革命思想、建立党组织，与菲律宾当地工人组织建立联系。在菲律宾华人社会，逐渐成长为一批受中国革命思想影响、支持中国共产党、反对阶级压迫的社会主义运动领袖。在菲律宾活动的共产党人将国内的反军阀政治斗争与菲律宾工人运动相结合，发动工人运动、学生运动支持中国国内共产党领导的反蒋运动，国共之争延续到菲律宾的华人社会。曾担任苏联顾问鲍罗廷的翻译李炳祥经周恩来批准到菲律宾，领导与发动菲华社会的工人运动。1927 年“五卅惨案”的消息传到菲律宾后，在菲律宾开展地下活动的中共党员联络华侨青年，开展声援上海工运、学运等社会活动，组织成立了菲律宾华侨工人协会，从思想上和物资上支援国内的工人运动。大革命失败以后，在菲律宾左翼人士团结国民党左派青年，谴责蒋介石背叛孙中山革命遗训，成立了菲律宾华侨总工会，出版不定期华文刊物—《菲岛华工》，向广大华侨劳工宣讲社会主义革命思想，鼓励华侨工人群众开展政治斗争。通过菲律宾总工会的左派，华侨总工会与菲律宾总工会建立了联系。1928 年菲律宾总工会与华侨工人协会召开联席会议，中共党员与菲律宾工人运动领袖发表了联合宣言，菲律宾华侨工人协会加入菲律宾总工会，形成菲律宾工人阶级的统一组织，菲律宾工人运动的发展促成了菲华联合的新局面，左翼政治力量逐渐扩大了社会影响力。在抗战前夕，菲律宾华侨社会各种社团组织近 200 多个，中华商会、各劳工团体联合会、洪门团体联合总会与中国国民党驻菲总支部为菲律宾的四大侨团。（邱荣章等，1999：5）其中前三大侨团接受中国共产党的政治主张。1929 年世界经济危机爆发，菲律宾受到波及，菲律宾广大工农群众成为经济危机最大的受害群体，出现了菲华工人联合举行大规模的罢工运动，争取工人阶层的政治权益。

在菲律宾活动的中共党员作为中共、苏共的中间联系人，加强与中国、苏联及国际工人运动的世界联合。1927 年，菲工会并入菲律宾工人党，工人党派出克里山托·伊万赫里斯塔（Crisanto Evangelista）和瑟若拉·博格诺特（Cirilo Bognot）经西伯利亚到莫斯科学习，在途经上海时他们会见了周恩来。（George.E.Taylor, 1964：92）菲律宾工人领袖了解了中国共产党的发展与中国大革命的形势。1928 年菲律宾华侨工人协会加入菲总工会，扩大了当地工人阶级组织。根据国际形势的需要，太平洋沿岸各国工会组织在上海举行“泛太平洋职工代表大会”，菲律宾总工会决定由菲华工人领袖许立代表菲律宾工会出席这次大会。1929 年许立代表菲律宾工会，出席在上海召开的泛太平洋职工代表大会。他在上海找到了林育南（林彪的哥哥）及其夫人李莲真，同共青团中央取得联系，会见中共领导周恩来、关向应、恽代英等，向他们汇报了菲律宾工人运动的情况。1930 年菲律宾总工会又选派许立出席在莫斯科举行的第五次国际职工代表大会，列席苏联共产党第十六次代表大会，与廖承志、杨尚昆等结下了深厚的革命友谊。（刘浩然，1995：88）

1930 年 11 月 7 日在第三国际、美国共产党、中国共产党菲律宾支部的支持下，克里山托·伊凡吉里斯塔创建菲律宾共产党，制定革命纲领。最低目的是领导工人运动和农民运动推翻帝国主义和封建主义的统治，完成菲律宾的独立，政治制度民主化，改善工人生产生活

条件；没收大地主土地分配给农民，最高目的为实现共产主义在全世界的胜利。（金应熙，1990：496）由华侨组成的菲华共产党在马尼拉也宣告成立，直受中国共产党的领导。中国与菲律宾的社会结构与社会形态不经相同，但是菲共制定的革命目标与中共的革命目标大致相同。可见，菲共发动的早期社会主义运动受到了早期在菲律宾活动的华侨共产党人的影响，学习中国革命的道路与模式。

在中国国内严酷的革命斗争形势下，在菲律宾活动的华侨共产党虽然遭到国民党驻菲机构的政治迫害，但得到了菲律宾共产党的多方支持。1931 年初，蒋介石要求美菲殖民政府将囚禁的菲华共产党员引渡回国，4 月，菲共中央委员会谴责政府将菲华共产党员交给蒋介石集团。（Justus M, 1967：117）随着菲共组织的壮大，1932 年美国殖民政府强令取缔菲共，逮捕伊凡吉里斯达在内的菲共中央领导人。遭受重创的菲共将公开暴动转入地下活动，从城市转入农村。菲共干部和组织撤离到中、南吕宋农村地区，由发动工人运动转变为农民运动、农村群众工作。贫苦农民接受土地革命思想，加入农会，成为菲共扩大党组织的重要力量，为以后菲共领导的社会主义运动再度崛起保存了实力。

二、在抗日民族统一战线下华侨共产党与菲共联合反日

在菲律宾开展地下活动的中共党员响应中共中央提出抗日救亡的口号，较早地在海外宣传抗日民族统一战线，在侨社各界发动爱国救亡运动。早在 1931 年，在共产党的发动下，菲律宾华侨救国代表大会在马尼拉召开，成立了“华侨救国联合会”，机关刊物《旗帜》、《前驱日报》等先后创刊，以宣传抗战救国的思想，报道国内抗战消息，刊载图文揭露日军侵华暴行，报道东北义勇军浴血抗战及工农红军反围剿北上抗日等消息，揭露国民党迫害抗日志士的劣行，受到菲律宾各界的广泛支持。1934 年中共中央印发《开展武装自卫运动的指示信》，文中指示关于抗战作战的经费，广泛开展募捐运动，向菲律宾、印度、南洋群岛的各民族爱国人士、华人华侨募捐，共同抗击日本及一切帝国主义；关于对日作战的基本纲领：开展民族武装自卫运动，成立民族武装自卫委员会。（中共中央局中央档案原油印件刊印，1934）1935 年菲律宾总工会同上海宋庆龄领导的中华民族武装自卫会取得联系，在菲律宾成立了该会的分会。左翼进步力量同中共中央驻第三国际代表团在巴黎办的《救国时报》建立联系，发动职工、店员、学生和文化界人士成立菲律宾华侨文化界抗日救国会、菲律宾华侨店员救亡协会等团体，号召华侨青年组织菲律宾华侨抗日义勇军回国参加抗战。同时，在菲律宾的华侨共产党与八路军香港办事处的负责人廖承志取得联系，并配合廖承志领导的香港八路军办事处开展海外抗日民族统一战线工作，发动支援八路军和新四军的募捐运动。菲华共产党加强对菲律宾主流社会的抗日宣传，向国际社会宣传中国的抗战形势和中共有关建立抗日民族统一战线的主张及八路军、新四军的抗日战绩，争取国际友人了解和支持中国的抗日战争。

1937 年日本发动全面侵华战争，中国的抗日民族统一战线得到了菲华共产党的拥护，菲华左翼一方面在菲律宾华人社会开展统战工作，成立菲律宾华侨各劳工团体联合会和菲律宾华侨店员救亡协会，中英文出版毛泽东的《论持久战》、《新民主主义论》，朱德的《论抗日游击战争》，刘少奇的《论共产党员的修养》等主要著作，在海外宣传中国共产党的抗日政策，介绍八路军、新四军和东江部队等抗击战绩，发动剧团、报刊、学校宣传联合抗日，抵制日货、组织抗战救国献金运动；（林季良，19-20）另一方面，加强与菲共之间的联系，在菲律宾主流社会宣传世界反法西斯力量的联合。经在菲律宾活动的菲华共产党推动菲律宾中层人士成立中国之友社，在 1938 年一批菲律宾左翼知识分子及作家组成“中国之友社考察团”，赴中国武汉、徐州等前线考察中国的抗日战争，揭露日军在华暴行，推动了国际社会支援中国抗战。

迫于形势，1938 年美国殖民政府取消了菲共为非法组织的禁令，菲共重新获得公开活动的地位。同年 11 月，菲共召开第三次党代表大会，号召组织广泛的抗日民族统一战线，接受菲律宾社会党并入菲共，反对国内外的法西斯主义。（社会党，1933）菲共发表了《为建立反法西斯主义统一战线致菲律宾与中国人民书》檄文，声讨日本法西斯侵略中国的暴行，揭露日本法西斯侵略的野心及其在菲律宾的阴谋活动，号召菲律宾人民起来抵制日货，组织募捐，支援中国人民的抗日斗争。（金应熙，1990：556）中共党员杜埃在 1939 年被派到菲律宾参加抗日活动，任菲华共宣传部长，负责菲共中央宣传部的工作。（杜埃，[Online]，2019）菲共在吕宋岛中、南部农村地区开展游击战，建立基层抗日民主政权。（姜琦编，1987：95）民族危亡激发了广大海外华侨华人的民族主义情感，纷纷加入抗日救亡的行列，华人教官向菲共战士宣讲毛泽东的武装革命理论，虎克军接受中国共产党有限的援助。（Claude Haberer，2009：29）

在世界反法西斯统一战线号召下，菲华共加强菲共的军事合作，共同抗击日军侵略、争取国家独立与民族解放。1941 年 12 月，菲共中央委员会召开紧急会议，制定抗日《十二项纲领》，提出团结一切抗日力量，建立统一战线的主张，动员广大群众投入抗战。菲共抗日民族统一战线的主张，得到了中共的赞许，出于共同抗击日军侵略的战略需要，中共与菲共建立了广泛的联系。（George.E.Taylor，1964：93）菲共成立了抗日武装力量，菲华共加入了菲共领导的武装力量太平洋战争爆发后，香港沦陷，八路军驻香港办事处的部分工作人员转移到菲律宾，继续开展抗日斗争。（中共中央研究室，1994：115）1942 年 3 月在中吕宋地区菲共领导的人民抗日军（简称民抗军，又称虎克军）成立，有四个支队，菲华共产党加入民抗军，福建籍华侨在第四支队，广东籍华侨在第二支队。（刘浩然，1995：76）菲共的民抗军事行动和政治策略受到了中共顾问的影响。（Stephen. J.Morris，1994：80）随着菲华共产党的成员壮大，菲华共领导人组建华侨华人组成的抗日武装力量，“菲律宾华侨抗日游击支队”（简称华支）成立。华支深入吕宋山区，从侧翼配合虎克军及美国盟军实现了马尼拉战场反攻的胜利。菲共在抗战中扩大了影响力，拥有了一支几万人的武装力量，几乎拥

有中吕宋五个省的全部地区，建立起省和市、镇一级的人民民主政府。（金应熙，1990：629）在抗战中菲共领导人接触和实践了毛泽东的武装斗争、游击战争、农民运动及土地革命等革命理论，为战后菲共领导的社会主义运动积累了经验和群众基础。

战后美军重返菲律宾，宣布民抗军为非法组织，解除菲共领导的武装力量，向菲共革命根据地发动了全面地军事进攻，华支武装被菲律宾国防部扣留，队伍被强行解散，一部分人员经香港回国参加解放战争，一部分转入地下活动。在1945年10月10日退伍的华支成员成立华支队委员会，派陈振经等十几名菲华共产党员到南吕宋奎松省成立华支委员会南吕宋分会。（Fitzgeralds, 1971：183）另有上百名华侨在中国接受革命思想教育后返回菲律宾，建立地下组织，开展地下工作。（Nestor Mata, 1966）在菲律宾活动的华侨共产党领导人及很多成员因在抗战时期的公开活动受到了菲律宾政府当局的调查、监视或遣返，回到了中国国内，参与参加解放战争或中国共产党的国家政权的组建，为中美两国的抗日战争和中国的解放战争做出了贡献。

三、中国共产党与战后菲律宾社会主义运动（1946年-1957年）

中共密切关注战后菲律宾在内的东南亚各国共产党领导的工农运动。1948年2月世界青年与国际学联共同召开了东南亚青年大会，中共发布《反对殖民制度斗争日告亚洲青年书》，提到“我们对那些拿起武器参加民族解放斗争的行列里年青伙伴，表示最大的敬意。你们在越南、缅甸、南朝鲜、马来亚、菲律宾和印尼用一切武器抵抗现代武装的敌人。”^①鉴于国内外形势的变化，1948年菲共中央全会决议以武装斗争为主，改组中央领导机构，何塞·西松任总书记。（金应熙，1990：655）1949年3月中共中央机关从西柏坡迁入北平后，最先开展的工作之一是与亚洲各国共产党建立联系。7月上旬，中共中央统战部筹划组织亚洲各国共产党领导组成学习组在中南海开班授课，学期一年。学习组按国家分为7个小组，即越共组、泰共组、菲共组、印尼共组、缅共组、马共组、印共组，学习资料以《毛选》为主，朱德、陈毅、刘伯承、邓小平等中共党政军领导人负责授课，内容有武装斗争、统一战线、党的建设、群众运动等理论问题以及中国革命的经验。（沈志华，[Online], 2018）

建立政权后的中国共产党加强对亚洲各国共产党的统战工作，组织召开国际工人会议，邀请各国共产党共商社会主义革命问题。虎克运动领导人塔鲁克与中共建立了党际联系。1949年11月亚洲、澳洲工会代表会议在北京召开，菲共派代表出席会议。李立三代表中华全国总工会做了《关于中国工人运动》的报告，“中国工人阶级对于今天仍然处在帝国主义残酷压迫之下的亚洲及澳洲的工人兄弟们，予以无限的阶级同情和关切，而且应尽一切可能

^①1942年2月21日，29个国家青年代表在伦敦建立反法西斯国际青年组织，即世界青年协会。1945年11月，世界青年协会召开世界青年代表大会，会上成立世界民主青年联盟。1948年2月世界青年与国际学联共同召开了东南亚青年大会。在世界青年总部内设立反对殖民制度战斗青年部，规定每年2月21日为反对殖民制度战斗青年日。《东南亚青年大会与反对殖民制度斗争》，《中华月报》，1950年第1卷第5期，第1226页。

给以兄弟的援助。中国工人阶级始终受着中国共产党的教育，一定始终不移地忠实于国际主义，而执行其一切应尽的职责。”（《亚澳工会代表会议胜利召开》，《中华月报》，1949(2)，448）在会议上，中共呼吁菲律宾在内的东南亚各国共产党建立人民解放军。新中国的建立使菲共领导人看到了菲律宾民族解放、建立共产党政权的希望，塔鲁克认为中国的武装斗争在菲推行具有可行性，拒绝美殖民官员解除人民抗日军武装的命令，率部在吕宋中部之巴邦加、布拉干、爱西加诸省发动反美、反罗哈斯政府的斗争，建立民主政权，进行土地改革。（《菲律宾共产党》，《人民日报资料汇编》，1948）中国革命的胜利极大增强了菲共发动社会主义的信心。在1950年1月，以塔鲁克为首的菲共中央委员会召开扩大会议，虎克军改名为人民解放军，提出在中吕宋地区建立革命根据地，推行税收制和征兵制，号召人民联合起来共同反对美帝，推翻反对政府，建立人民民主政府。（Stephen.J.Morris, 1994(27)，81）菲共武装力量迅速发展，达到了一万五千人，建立有五百万人口的根据地。（姜琦，1987，95）菲共非常重视中共在民主革命时期的三大法宝，即坚持党的领导，开展武装斗争，扩大民族民主阵线。运用中国共产党农村包围城市的斗争经验，坚持在农村搞工农武装割据，制定出了新人民军既是战斗队、宣传队，也是生产队的规定。（溥德书，2016，57）

中共支持菲共领导的社会主义运动，抗议菲律宾季里诺政府高压镇压菲共及其领导的工农运动，要求菲政府释放被逮捕的工人运动领袖。中华全国总工会致信给菲共，“中国工人阶级和全体劳动人民，深切关怀着你们，为争取独立、民主而向季里诺反动政府进行的英勇斗争。中国工人阶级不仅完全理解菲律宾工人阶级当前所遭受的灾难，而且深信菲律宾工人阶级和爱国人民在对残暴敌人的斗争中，必会日益团结，并获得胜利。中国工人阶级和全体劳动人民全力支持你们的正义斗争。”（《菲律宾共产党资料汇编》，《人民日报》，1952）中共中央党报《人民日报》报道菲共发动革命的新闻报道。朝鲜战争爆发，菲国会在美国的怂恿下同意出兵朝鲜，菲共反对季里诺政府派退伍军人加入以美国为首的联合国军队，广发传单，呼吁人民从战争贩子及帝国主义傀儡的手中解放菲律宾而开展斗争。（《菲律宾人民声援中国抗美援朝》，《人民日报》，1950）菲共指挥解放军有组织地发动袭击，在1950年8月25日对丹辘市发动了一次猛烈的袭击，同时，还袭击了周围其他9个城市。

在中国共产党影响下，菲共领导社会主义运动的政治目标是反对美国的霸权主义。1952年北京召开亚太区域和平议筹备会，菲共代表马绍兰·柯鲁兹发表《菲律宾和平运动和反美帝国主义运动》，指出，“菲人民对刚闭幕的亚太区域和平会上给菲人民指出了一条前进的道路是感激的。……就是与该区域的人民并肩合作，共同反对美帝国主义的阴谋……取消美帝国主义为了侵略而在菲所建立的一切军事设备，期望能得到自由无阻的文化遗产和贸易的交流。”（《亚洲及太平洋和平会议筹备会议》，139）菲共代表还被邀请出席1952年在北京召开亚洲及太平洋区域和平会议、1954年亚洲佛教会议、1963年亚洲经济会议和1964年亚非记者协会第四次代表大会等会议。（Chang Yao-Chiu, 62）

战后菲律宾社会主义运动蓬勃发展，菲律宾政府惧怕菲共与外国共产党联系，增强菲共的政治实力，菲律宾政府残酷地镇压国内左翼力量。1949年8月季里诺在美国国会演讲，“现在菲律宾和自由国家面临的迫切问题是安全问题，事实上，主要还是当前不断发展的社会主义热潮困扰着这些国家。”（Juan Collas, 1955, 166）“菲律宾的国家安全不仅有外部社会主义国家潜在的威胁，还有国内共产党发起社会暴动造成国家的动荡。”（Russell H. Fifield, 1951, 33）国防部长麦格塞塞大规模围剿菲律宾人民解放军，迫害工农运动领袖。1950年底菲政府在全国范围内拘捕“共产党嫌疑犯”，菲共党员和亲共人士惨遭逮捕或杀害。1951年9月27日，季里诺总统下令枪杀菲律宾劳工组织大会副主席加伯多西亚。1952年3月31日，以“图谋推翻政府”罪名非法判处劳工组织大会主席赫南德兹无期徒刑及其它十位工会领袖、会员十年徒刑，4月5日又判怡朗工人运动领袖扶西·那描死刑。麦格塞塞一方面加大武力镇压人民解放军，派出菲律宾全国三分之一以上的兵力围剿中吕宋地区的虎克军。^①另一方面，采取收买拉拢政策，为无地农民提供新的安置土地，隔断菲共与人民群众之间的联系。他说，“我要用我的左手为反叛者提供走向和平与幸福家庭、经济稳定之路，用右手镇压那些反抗和企图破坏我们政府的人。”（Carlos.Qurino, 1964, 76）在高压态势下，人民解放军遭到重大伤亡，菲律宾社会主义运动遭受了沉重的打击，失去了军事上的优势，被迫解散。

同时，菲政府担心华侨华人为红色中国的内应，有意夸大社会主义对菲律宾国家安全的威胁，迫切地铲除菲华左翼人士。菲政府专门成立一个反菲活动委员会，勾结国民党在菲律宾的特务机构，对菲华共产党进行跟踪、调查或暗杀。该委员会在递交国会的报告中指出，“菲共和虎克组织在经济上得到了菲华共的支持，相比中国大陆的共产党政权而言，菲华人与虎克运动的联合对菲国国家安全构成更大的威胁。”（Huk Leader's Obtained Filipino Chinese Finance Support, 1950, 12:1）1950年菲律宾国防部刻意渲染红色间谍渗透的紧张局势，“菲岛有华侨四十万人，其中合法手续入境者仅十七万人，其余二十三万人可能是共产党间谍，民抗军从华籍共产党员获得金钱、药品及供应品。”（George. E.Taylor, 1964, 121）菲政府把菲华侨看成为“红色中国”的第五纵队，社会主义思潮在菲岛蔓延的根源。为严防“共产主义渗透”，菲当局一方面禁止华人或中国移民进入菲岛；另一方面，清除菲华共及其支持者，菲军警在菲华人社会大肆搜捕、惨杀亲共人士，制造一系列血案与冤案。1952年菲共驻马尼拉的所有中央机关遭到破坏，机关领导人先后被捕，领导三千名党员的菲华政治局被暴露。（Harold C. Hinton, 1955, 421）经季里诺总统批准，各地军区军事情报处与马尼拉警局情报组联合执行，以逮捕共产党为名，在马尼拉市及近郊、宿务、怡朗、黎牙实比等地大举逮捕菲华左翼人士，共三百零九人，制造了震惊侨社的“禁侨案”。此外，菲政府还与败退台湾的蒋介石驻菲律宾党政机构勾结，加强对华人社会的监视和排查，不少

^①Hukbalahap 简称 Huk，翻译为虎克，又译为抗日人民军，1942年由菲律宾共产党建立的一支抗击日本侵略的武装部队。

华侨以通共罪名而身陷囹圄，制造华社“红帽子”漫天飞的白色恐怖。《华侨商报》记者马飘萍、华侨中学教师张克勤以“共产党嫌犯”而遭被捕。（龚陶怡，2003，117）

为了缓和与菲政府的关系，打破美国对华战略包围、瓦解美菲同盟，中共在处理华侨共产党方面做了调整，撤出在菲律宾公开活动的菲华共产党员。1951年1月6日中共中央以电报的形式发布了《关于侨民工作方针的指示》，指出华侨工作要划清与当地革命的界限，申明中共将解散侨党，要求国内各民主党派不要建立其海外支部，撤回了所有在国外已暴露身份的侨党人员。（国务院侨办，1992，19-20）在菲律宾当局严厉的打击下，菲华左翼大多主动撤离出了菲岛。一些以前参加过抗日进步团体，反对国民党黑暗统治的华侨青年，经过“禁侨案”的冲击，积极筹备离开菲律宾，到中国去，到解放后的中国去。（龚陶怡，2003，118）

由于菲政府的层层围堵，1954年5月塔鲁克缴械投降，战后菲共发动的社会主义运动受挫。因中共宣扬战后世界社会主义革命高潮的到来，菲共领导人错误判断国内形势，过高估计菲共军事力量造成的失误，及在军事上的冒险主义，攻打政府重点布兵的城市和兵营，造成作战的多次失利。（Stephen. J. Morris, 1994(27), 81）1955年以拉瓦为首的菲共领导政治运动从武装斗争转向议会选举阶段。1956年以后，菲律宾社会主义运动处于停滞状态。1957年，菲总统签署反颠覆法，宣布共产党是非法组织，菲共被迫全面地转入地下，菲律宾社会主义运动陷入了低潮。

总结

20世纪初，世界社会主义运动的思潮在菲律宾的传播促成了工农运动的新发展，菲律宾工人党建立，工人代表大会召开，城市工人罢工运动及农村农民运动得到了有效组织和开展。菲律宾工人运动的领袖与中国共产党领导人、美国工会领袖及苏联的共产国际建立联系，起草党章，组建菲律宾共产党，菲律宾的社会主义运动开始兴起。中国共产党的经验被介绍给菲共领导人，菲律宾共产党党章及革命纲领呈现出中国革命的思想影响。中国大革命失败以后，在闽粤开展革命的中共革命党人为了躲避当局的迫害，秘密转移到了南洋地区，其中一批人进入菲律宾华文学校或华人社团，秘密宣传革命思想，发展新成员，建立党小组，在菲共成立的同时，菲律宾华侨共产党不断壮大。随着抗日战争的爆发及世界反法西斯同盟的确立，菲华共产党的秘密活动转入公开宣传抗日活动，与国内八路军、新四军建立联系，接受中共驻香港八路军办事处的领导，在菲律宾开展国际抗日救亡统战工作。而菲共因美殖民政府的废除禁令，获得公开活动的准许，组建抗日武装部队，开展反日斗争。菲律宾华侨华人的爱国主义与民族主义认同被激发，华人社会的反日情绪空前高涨，中国共产党的抗日民族统一战线及国共合作联合抗战的主张得到了菲律宾华人社会的普遍支持，菲华共产党将菲律宾华社力量与菲律宾主流社会的左翼力量联合起来，在菲律宾发动起了有一定号召力的抗

日爱国运动，既有对中国战场的支持，也有在菲律宾战场上的配合美菲盟军的联合作战，同时与菲共相互配合，深入吕宋岛的农村地区开展游击战争。在与菲共在广大农村开展反击日军暴行的过程中，菲华共产党介绍和实践了毛泽东提出的游击战争、土地革命及农民运动等中国革命的思想精髓，这为菲共领导层所接受，这对战后菲律宾社会主义运动产生了深远的影响。菲律宾华共共产党为菲律宾抗击日军侵略、民族解放做出了积极的贡献。经过了抗战，菲律宾共产党及领导的军事力量得到了发展与壮大，而菲华共产党在菲律宾华人社会的威望与声誉空前高涨。

抗战胜利后，随着中国国共内战的爆发，菲华左翼力量从舆论、财力、物资等方面支援解放战争。国共之争延续到了菲律宾华人社会，国民党驻菲党政机构联合菲律宾当局对菲华左翼力量进行了打击和迫害，迫使菲华共产党领导人及党组织的撤离，革命活动再度转入地下。撤离后的菲华共产党最先到达香港，与印尼、马来西亚等地撤离的共产党人一起在香港继续开展统战工作、发动民主革命，为中国共产党赢得解放战争的胜利及组建新政权做筹备。然而，随着菲华共产党的撤离，国民党强化了对菲律宾华人社会的控制。中国革命的胜利，增强了世界社会主义运动的力量，菲共领导人在城市和广大农村进行动员，战后菲律宾社会主义运动的高涨。出于对红色革命的恐惧及骨牌效应的担心，新独立的菲律宾政府加大了对菲共的围剿和镇压的力度。在美菲联合围剿下，菲共领导人的决策性失误导致菲律宾社会主义运动错失良机，并陷入沉寂。直到中国文化大革命的爆发，因思想意识形态的国际外溢及毛主义革命思想的输出，菲律宾共产党进行了分化与改组，成立了以何塞·西松为首激进的毛派菲共组织，在 20 世纪六十年代末毛派菲共再度将菲律宾的社会主义运动再度推向了一个新的高潮。

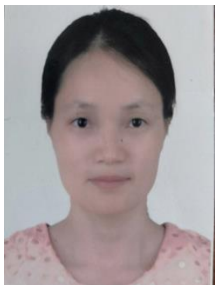
参考文献

- 邱荣章等编：《菲律宾华侨与抗日战争》，香港荣誉出版有限公司，1999 年。
- 龚陶怡编：《菲律宾华侨抗日爱国英魂录》，华文出版社，2001 年。
- 金应熙著：《菲律宾史》，河南大学出版社，1990 年。
- 溥德书著：《20 世纪东南亚地区的社会主义运动与思潮》，云南人民出版社，2016 年。
- 中共中央研究室编：《中共党史资料》（第 50 辑），中共党史出版社，1994 年。
- Stephen.J.Morris, *The Soviet Union and The Philippines Communist Movement*, Communist and Post-Communist Studies, 1994(27).
- George. E.Taylor, *The Philippines and The United States: Problems of Partnership*, Frederick Praeger Publisher, 1964.
- Harold C. Hinton, *Overseas Chinese and Peking*, Far Eastern Economic Review, Vol. 9, No. 54.
- Chang Yao-Chiu, *Communist China's Strategy toward to ASEAN Counter*, published by World Anti-communist league.

Fitzgeralds, *China and the Overseas Chinese*, Cambridge University Press, 1971.

Claude Haberer, *Between Tiger and Dragon: A History of Philippine Relations with China and Taiwan*, Anvil Pub, 2009.

Justus M. Van der Kroef, *Philippine Communism and the Chinese*, The China Quarterly, No.30, 1967.

	Name and Surname (姓名) :
	YANG JINGLIN
	Highest Education (最高学历) :
	Ph. D.
	University or Agency (任职院校或单位) :
	Guangxi University for Nationalities
	Field of Expertise (专业领域) :
	Southeast Asia Study
	Address (地址) :
	No. 188, Daxue Dong Road, Nanning Guangxi, China





从语境理论角度看译者主体性在《朱子家训》英译中的发挥

ON THE ROLE OF TRANSLATOR'S SUBJECTIVITY IN ENGLISH VERSION OF *ZHU FAMILY INSTRUCTIONS* FROM THE PERSPECTIVE OF CONTEXT THEORY

周金龙

ZHOU JINLONG (Klerke, Zhou)

广西民族大学相思湖学院、外国语学院

School of Foreign Studies, Xiangsihu College of Guangxi University for Nationalities

Email: 280328104@qq.com

Received: 20 April 2020 / Revised: 13 June 2020 / Accepted: 15 June 2020

摘要

本文基于语境理论，以《朱子家训》郭著章译本和张香桐译本为例，阐释译者主体性与语境理论的相互关系，论述翻译的过程就是译者的认识过程，分析翻译过程中，译者在具体的词，句型和诗体散体选择的主体性之发挥。本文力求通过如上几个方面的分析，突显译者在蒙书翻译中的主体性和重要性，并对译者在翻译过程中采取正确的策略有一定的指导意义。

关键词：语境理论，译者主体性，《朱子家训》，翻译

ABSTRACT

Based on the theory of context, this paper takes translation versions of *Zhu Family Instructions* from Guo Zhuzhuang and Zhang Xiangtong as examples. This paper expounds the relationship between the translator's subjectivity and the theory of context, illustrates that the process of translation is the cognitive process of the translator, and analyzes the exertion of the translator's subjectivity in specific words, sentence patterns and choices between poetry and essay in the process of translation. This paper tries to highlight translator's subjectivity on the translation of Chinese children's primers through the analysis of the above aspects. It may have certain guiding significance for the translator to take the correct strategy in the translation process.

Keywords: context theory, translator's subjectivity, *Zhu Family Instructions*, translation

一、语境理论与译者的主体性

翻译，是将一种语言的信息用另外一种语言表达出来的，基于准确和通顺的原则，而作为影响意义表达的重要因素，语境，在翻译的不同阶段都有着重要的意义。译者在语境准确定位下，方能将源语信息准确和通顺地传递到译入语读者的手中，因为语境的定位，译本更加容易为读者所接受，其间，译者的主体性的作用是尤为重要的，不仅是因为译者是翻译过程的实践者，也是翻译理论的研究者，语境理论为译者的主体性提供了一个应用的空间。

(一) 语境理论

一般认为，语境，作为语言学的概念，是由德国语言学家魏格纳（Wegener）在 1885 年提出，那时认为，语言的意义是要通过实际使用而产生，语言意义根据语境才能确定。在 1923 年，人类学家马林诺夫斯基在观察巴布亚新几内亚的土著居民时，理解当地人谈话内容和意义，那么必须考虑谈话时的情景，得出这个结论的同时，他也提出情景语境和文化语境的概念。弗斯继承和发展了“语境”的概念，认识到语境对于语言研究的意义，并扩大了概念的范畴，将语言活动参与者、当时的情景以及言语行为的效果等社会因素纳入进来，并得出语言活动是一种社会行为。之后韩礼德，费什曼和列文森都发展了语境的概念。

1965 年，卡特福德在《翻译的语言学理论》中提到了语境，并区分了情景语境和上下文。哈特姆和梅森在《话语与译者》中也探讨了语境在翻译中的重要作用。格特在《翻译与关联——认知与语境》中，将动态语境观和最佳关联理论应用在了翻译研究之中。柯坦在 2004 年的《文化翻译——笔译、口译及中介入门》提到高低语境文化的概念，他分析了霍尔的高低语境理论，并做出了高低语境的实践，分析了英语与其他语言转换的差异。

至此，语境这一概念，从语言环境到情景语境，发展到语言的上下文和情境的上下文，再到高低语境文化的概念。

国内学者对于语境的应用，更多是局限于上下文对原文的理解。1987 年，朱文振首次提出“语言环境”的说法，并将读者列为一个重要的环境因素。少数国内学者也借鉴了霍尔的“高低语境”概念。张鲁宁从“高低语境文化”视角分析了英语和汉语在造字、句法和诗词方面的差异，讨论了其对汉英翻译和英语教学的启示，指出汉译英时要将包含在汉语语言本身的信息传输出来，尤其要将隐含在语境中的信息补充出来。姜欣、姜怡、林萌则将“高低语境文化”应用到典籍英译研究中，指出“**汉语典籍是典型的高语境文化的产物，言简意赅，寓意深刻，互文性强，根隐喻及其衍生与本土文化紧密相连，所含的信息很大一部分储存在语境内。**”为了应对高低语境文化错位问题，她们以汉语中与“丝”有关的词汇和诗词的翻译为例，提出了概译、转译和阐译三种翻译方法。

(二) 译者的主体能动性

译者，作为带着镣铐跳舞的人，这个主体，从诞生之日起，就充满了约束和束缚。而译者主体性的身份之确立是经过了一系列阐释和讨论的。20 世纪 70 年代西方的翻译研究出现了一个文化的转向，深刻的影响了翻译的方法和流派。到解构主义思潮涌现，译者的主体性，也就是认为译者是创造的主体，才得到各方面的认可。语言学派代表，如哈蒂姆、梅森、豪斯，斯奈尔霍恩、莫娜贝克等已经不把翻译看作是单纯的语言转换的过程，而将翻译认为是体现和推动社会的力量。

近年来我国对译者主体的研究，尤其是对译者主体性的研究，已经讨论的非常的充分。很多学者在顺应论，关联理论，目的论，多元系统理论，解构主义等观点阐释译文中译者主体性作用的体现。例如，《关于翻译主体研究的构想》，《“创造性叛逆”和翻译主体性的确立》，《翻译主体性研究和描写交际翻译学的理论框架》。

因此，本文运用语言学中的语境理论，分析中国经典蒙书《朱子家训》的英语翻译版本，从而探讨译者在翻译过程当中如何发挥主体性作用的。

当研究翻译的主体性的问题深入之后，译者已经被看作是在整个翻译过程当中的中心位置，是翻译过程中最能动的因素。所以译者的翻译目的思维模式，价值观念，文化态度，审美取向，是决定了翻译标准的确定和翻译策略的取舍的。

译者的地位由最开始的“隐形”，被各方所忽略，随着时代的发展和文化交流的增加，翻译在文明进步中发挥了重要的作用，于 20 世纪 70 年代开始的翻译研究的“文化转向”，使学界对于译者的地位有了更高的定位，从而使得大众逐渐重视译者，译者之“显形”就是本文谈及的译者主体性得到重视的原因。

作为译者，犹如一座桥梁，沟通原作者和读者之间信息的鸿沟；译者还要根据读者的欣赏水平和文化差异，揣摩读者的口味，这样的译本才能有利于读者的接受。所以译者的工作并不是简单的语言转换，而是要达到艺术的效果，便于双方的接受。这样做并不是为了艺术的需要。其原因在于翻译是一种复杂的跨文化交际活动，译者在语言符号转换当中，也承担着衔接融合两种语言和文化角色。诚如谢天振所言，“**翻译的运作不可能是一个简单的语言文字的自动转换，在语言文字转换过程本身之外，它必然还包括译者，接受者等翻译主体和翻译受体所处的历史、社会和文化语境，还包括对两种语言文字转换产生影响和制约作用的各种文本以外的诸多因素。**”

二、《朱子家训》英译本与译者的主体性发挥

《朱子家训》是中国社会广为流传 而且版本很多的一部蒙书。作为儿童的启蒙之书，全品文仅 400 余字，分成 30 个小节，每小节都独立的表达一个思想。语言的流畅和哲理的浅显易懂，而且字句大多押韵，朗朗上口。虽因时代的更迭，在内容上有一些封建思想的残余，而整体来看，它所宣扬的是人们所应遵守的道德规范和人际关系的准则，而这些准则是没有时代的局限的。《朱子家训》大多数人认为是明清之际的朱用纯，此人著作颇多，名冠一时。而此书的英语译本有张香桐，

郭著章，李绍茂，吴敬瑜和 Martin Palmer 等五人。除张译本外，其他四个译本都是采用散文体风格来翻译这一作品。从翻译的忠实度和流畅度上来看，这 4 个译本除 Martin Palmer 外，都各有千秋。张香桐先生并不是翻译家出身，是国际著名的神经生理专家。这个译本是张公在耄耋之年因车祸受伤，疗养期间，排遣病中寂寞而翻译的译本。该译本在 1993 年由上海人民出版社出版，虽在校对和少数词语拼写上有些许错误，但张译本是采用诗体英译，也大部分的保留了韵脚。接下来本文将实例分析译者的主体性，在文化语境构建方面是如何发挥其自身的作用的。

(一) 译者主体性在语境翻译中词汇的选择

在典籍翻译的过程当中，译者这座桥梁连接的是作者与国外的译入语读者，中国文化与英语文化以及英汉两种语言的框架。因此，按照语境理论，译者要充分发挥主体性作用，在最基本的词汇的选择上，找到源于文化或者是目的语当中的最优选择，从而适当的抉择翻译策略。因此，如何发挥译者的主体性，确定译入语读者的口味，译者要从词的层面来迎合读者的口味。料想这本蒙书译介出去，译入语读者想必也是将其读给孩子听，因而，词的选择就犹如挑选珍珠一般，颗颗仔细，件件斟酌。

例如：

1. 黎明即起，洒扫庭除，要内外整洁；既昏便息，关锁门户，必亲自检点。

1. Get up at dawn, sweep the courtyard and steps, and keep inside and out-side your house tidy and clean; after dusk you should prepare to sleep, before going to bed, you should lock all doors and windows, and you should check everything yourself. (郭译)

1. Rise up by dawn's early light;

Clean up, put everything right;

Keep the home tidy and clean.

Go to bed early at night;

Check that the doors are locked tight;

Sleep now secure and serene. (张译)

两个译本都传递了通顺忠实的信息，而细细品评，张译本在选词上，并没有把“洒扫”、“内外”和“亲自”等词硬译成英文，张译用 put...right 和 lock...tight 来简洁地表达原文的意思，莎翁在哈姆雷特里有言，“Since brevity is the soul of wit”，其意在于智者言简意赅，繁复和简约，高下立现。除简约外，张译的最后一句添加了“secure and serene”，添加进来的意思是为这句加了点睛之笔，因为“关锁门户”是为了高质量的休息，而安全和安详的添加，不仅不累赘，而且是很必要。相比之下，郭译就稍显繁复，同时也将原文意义的表达比较贴切。本文认为，虽然忠实和通顺是当前广为接受的翻译标准，若从“化境”和“神似”两个标准出发，张译是更加容易为译入语读者接受的版本。张译本从开始就构建了一个虽不和原文字字对应，却又在达意层面十分契合的语境。正是本文所推崇的，译者要在翻译过程中，构建文化语境。

(二) 译者主体性在语境理论中连接方式的选择

文化语境是根据译者在理解原文的基础上建立的，而英语和汉语句子的连接方式的不同导致译文与原文在篇幅上的差异，尤其是在汉语处于高语境，英语处于低语境的情况之下。故而，《朱子家训》处于高语境的地位，译者要适当加入连接词，以此表现英语的形合的特点。

例如：

5. 器具质而洁，瓦缶胜金玉；饮食约而精，园蔬逾珍馐。

5. If you can keep the things you use simple and clean, even your pottery and earthen jars are better than others' jade and gold vessels; if your food is simple and well-cooked, even the vegetables from your own garden are better than delicacies from mountains and seas. (郭译)

**5. Oh better earthen mugs and plates
In household neat and clean
Than vessels made of gold and jade
And suited for the queen;
Eat good food from garden fresh
Downed with a cup of tea
Shun exotic, unknown foods
From far across the sea. (张译)**

汉语的原文只有二十个字，而处于低语境的英译本需要加倍来诠释，译者的表达能否如汉语原文一般简约？还是为了忠实原文，译者选择了添加条件关系的句子，为译文更清楚地为译入语读者理解提供方便，译者同时也有着很大的能动性。“珍馐”，一词，两译本都更倾向扩展成山珍海味和山珍海错，都是泛指山野海中出产的各种食品。构建文化语境，就是从细微处将文化的种子深深播撒在字句之间，从而潜移默化地影响读者。对比于郭译，张译本更是贴近西方人的生活和权力结构，添加“suited to the queen”和“downed with a cup of tea”，金玉之于女王，下午茶之于小憩，更加贴近每个西方人的日常生活，给读者一种这个译本并不是译入作品，而造成是西方人自己写成智慧之书的错觉，全面贴近译入语读者的文化，带来更多的亲近感，文化语境如此构建，着实为译本的广泛接受提供了更多的便利。

(三) 译者主体性在《朱子家训》翻译中散体和诗体的选择

语境的构建决定了译者是否能够在语境里充分表达原文的意义。散文体和诗歌体，都只是表现形式，译者可以按照自己的主体性来充分发挥自己的能动性来选择任意题材来翻译，并无优略之分。《朱子家训》经常被用作对联，或者是条幅，悬挂于厅堂之上。大部分的联句对仗十分工整，和古诗体非常的接近。所以，译者在翻译的时候，要尽量保持原文的节奏感和音乐的美感。若是译文为传递信息而丧失文化美感的信息，那么就得不偿失了。这里也并不是说，诗体的原文，就必然对应诗体的译文。研究语境理论的目的就在于构建语境来更好地进行表达和传递原文之美，诚如“意美，形美，音美”之原则。译者在选择翻译策略上，自然也是建立在能够构建怎样的语境的基础上所做出来的。张公选择诗体，郭教授选择散体，从难度上就已经决定两个译本在形式上格律上的不同。



张翻译的版本采用了 AAB 型、ABAB 型或 AABB 型的韵尾，较之原文的对仗更加工整，译文的韵尾也把原文的音律的美感体现出来。所以从策略上，译者若以诗译诗，是选择了比较难的路。译者在题材的选择上，完全可以将表达意义更加方便的散体，旨在更加方便地将原文传递给读者。译者主体性的发挥体现在其文体选择上的自由。

三、总结

译者的主体性发挥是建立在译者能够自主构建文化语境的基础上，充分表达原文的形式、内容和美感。张译本和郭译本都从不同侧面翻译了各自的翻译风格；张译本虽白玉微瑕，在校对和个别拼写上稍有微瑕，而就其译本采取诗体，保留了原文的韵律感和节奏感，读者不仅能体会人生智慧的同时，也享受了译文的美感；郭译本用通俗直白的英语形象生动地表达了原文的原意，就其风格而言，还须进一步完善。《朱子家训》是一部朗朗上口的蒙书，寥寥数百字，翻译成英文，译者可能早已踌躇半月，可见典籍翻译是多么一项艰巨的工作。文化语境的构建和译者主体性的发挥，都将翻译的实践带来了理论方面的指导，为译者的舞蹈带来新的曲调。

参考文献

- 程永生.《翻译主体性研究和描写交际翻译学的理论框架》[J]. 合肥：安徽大学学报，2005，第 6 期，第 68-73 页
- 郭著章编译.《汉英对照蒙学精品（第一分册）》[Z]. 武汉：武汉大学出版社，2004
- 姜欣，姜怡，林萌.《高低语境文化错层在典籍英译中的显现及对策》[J]. 北京：外语与外语教学，2009，第 5 期，第 49-51 页
- 王玉，田翠芸.《从译者的“隐形”“显形”到“忘形”谈译者主体性》[J]. 唐山：华北理工大学学报，2020，第 1 期，第 128-131 页
- 谢天振.《翻译本体研究与翻译研究本体》[J]. 北京：中国翻译，2008，第 5 期，6-10+95
- 许钧.《“创造性叛逆”和翻译主体性的确立》[J]. 北京：中国翻译，2003，第 1 期，第 6-11 页
- 袁莉.《文学翻译主体的诠释学研究构想》[J]. 洛阳：解放军外国语学院学报，2003，第 3 期，第 74-78 页
- 张鲁宁.《浅析语言结构棱镜下的高语境与低语境文化——兼谈其对翻译、教学的启示》[J]. 重庆：四川外语学院学报，2003，第 1 期，第 133-137 页
- 张香桐译.《英译朱子家训》[Z]. 上海：上海人民出版社，1993
- 张允，朱章华.《译者与翻译策略的选择》[J]. 北京：中国科技翻译，2005，第 2 期，第 6-8+52 页
- Catford, J. C. *A Linguistic Theory of Translation: An Essay in Applied Linguistics* [M]. Oxford: Oxford University Press, 1965, P71-79

David Katan. *Translating Culture, an introduction for translators, interpreters and mediators*[M].Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2004, P177-184

Hatim, Basil & Mason, Ian. *Discourse and the Translator* [M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001, P182

	Name and Surname (姓名) :
	ZHOU JINLONG (Klerke Zhou)
	Highest Education (最高学历) :
	Master of Arts
	University or Agency (任职院校或单位) :
	School of Foreign Studies, Xiangsihu College of Guangxi University for Nationalities
	Field of Expertise (专业领域) :
	- English Translation theory and practice - Cross - culture Study
	Address (地址) :
	No.1, North Pengfei Road, Nanning, Guangxi, P.R.China





同声传译中影响听说滞差的因素研究

A STUDY OF FACTORS INFLUENCING EVS IN SIMULTANEOUS INTERPRETING

蒋文

JIANG WEN

(广西民族大学相思湖学院 广西南宁 530008)

(Xiangsihu College of Guangxi University for Nationalities, Nanning, Guangxi 530008)

463917567@qq.com

Received: 21 April 2020 / Revised: 15 June 2020 / Accepted: 22 June 2020

摘要

EVS(Ear-Voice Span)是口译学习中的一个重要概念,译员要在不同的环境中通过调整自己的 EVS 来适应讲者的表达节奏,从而提高同传的质量和效率,保证翻译的流畅。本文重点从影响 EVS 的因素出发,探讨不同长度的 EVS 在口译过程中对译文产出带来的结果,提出针对口译学习的改进措施。

关键词: 同声传译 听说滞差 影响因素 改进措施

ABSTRACT

EVS is an important concept of simultaneous interpreting. The interpreter should adjust and adapt the pace of a speech in order to improve the fluency and accuracy of interpretation under different conditions. The study will describe different aspects of affecting EVS in a simultaneous interpreting so as to provide the strategies of improving the accuracy and fluency of interpretation.

Key Words: Simultaneous interpreting, Ear-Voice Span, Factors, Improvements

听说滞差，英文为 Ear-Voice Span (下文简称 EVS) 对于口译学习者是非常重要的概念。EVS is the time lag between comprehension and reformulation, (Daniel Gile, 1995: 204) 也可以理解为译员从听到原语，到转换为目标语之间的时间差，通常用时间单位“秒”表示。同声传译的这个过程主要分为信息输入、信息解码、信息输出三部分，换言之，EVS 就是指从信息输入，在大脑中进行解码处理，到信息输出的整个过程中所用的时间。由于每个译员的 EVS 不同，所以最后的译文也会在语言组织和表达顺序上存在差别。同时，译员在面对不同类别的材料所采用不同的 EVS 长度，也会对最终的译文产生影响。

一、影响听说滞差的因素分析

EVS 受到单位时间内的源语信息密度、源语关键信息的位置、源语语速、译员的记忆储存和转换能力、同传的语言组合等众多因素影响。（张发勇，柴明颀，2020 (1): 67-75）本文把影响同声传译中 EVS 的因素进行了归类，分为语内因素和语外因素。在语内因素中，包括句法复杂、词汇困难、信息量密集。语外因素包括讲者演讲风格（包括语速、插入语、幻灯片）、笔者翻译状态。

（一）语内因素

语内因素，是指因演讲者语言本身的特点（包括句法、词汇、信息量）在同传过程中产生的影响。

1. 句法复杂

在同声传译现场，出现不同类型的从句，会导致译者将 EVS 拉长，以便更好的进行翻译。但当 EVS 的长度超过了译者的记忆范围，会造成译者忘记演讲内容，导致译文的信息疏漏。

在口译现场，出现的句子结构较为复杂，如 “I believe we’re actually in a period where we’re waking up from this humongous hangover of emptiness and waste, and we’re taking a leap to create a more sustainable system built to serve our innate needs for community and individual identity.” 在该句中，存在定语从句、“of” 结构、“from...to...” 结构。译员将 EVS 拉长至 4 秒，就会因短时记忆不足，导致信息量密集而遗忘部分内容。对于该段信息同传，译员采用较短的 EVS (小于 3 秒) 紧跟讲者的速度，可以在时间允许的条件下，通过加入一些连接词，使得现场译文能够符合语言的内在逻辑。单纯的将 EVS 缩短，紧跟讲者发言进行翻译，会造成现场翻译“只见树木，不见森林”的感觉，听众会因为没有逻辑的内容而对讲者的意思产生理解偏差。

2. 词汇困难

口译过程中, 译者会经常遇到某些在准备阶段没有纳入术语/词汇表中的词, 导致在翻译过程中产生的心理压力, 被迫拉长 EVS 丢失口译的关键点, 造成信息的缺失。如在口译现场出现诗词“乞火不若取隧, 寄济不若凿井”的翻译, 译员如果此刻将 EVS 缩短 (小于 2 秒), 对讲者突然加入的古诗词翻译没有准备的话, 在 EVS 小于 2 秒的前提下, 只能听到诗词的一部分, 以此进行同传, 则会使口译结果失之毫厘, 差之千里。该句的意思是凡事要靠自己解决, 同“临渊羡鱼, 不如退而结网”一致, 在拉长 EVS, 并结合讲者整个发言的主题和前后实例, 将该句的同传结果译为“Get a flint rather than borrow fire from other's stove, dig a well instead of relying on other's bucket”。因此, 对于诗词的翻译, 译员可以拉长 EVS, 以便通过讲者后面的内容, 释义诗词。

3. 信息量多

口译现场, 由于讲者发言的兴致被激发, 会产生语速加快, 语句停顿时间缩短, 信息量激增, 以此给译员的口译压力也会增加。如在以下口译现场中, 讲者原文为: we have a box set of the DVD series of “24” ----season six to be precise. I think it was bought for us around three years ago for a Christmas present. Now my husband, Chris, and I love this show. But let's face it when you've watched it once, maybe Or twice, you don't really want to watch it again, because you know how Jack Bauer is going to defeat the terrorists. 由于讲者在这一部分讲自己的故事, 虽然没有生僻单词, 但是讲者的语速太快 (即每秒 2 至 3 个单词), 使得笔者在进行翻译的时候跟不上讲者的速度 (EVS>5 秒), 导致大量信息遗漏。同时由于出现了“24”, 笔者对于这部电视剧没有了解, 所以拉长 EVS, 当听到“season six”时, 译者得知是美剧中国惯用的第六季, 所以猜测是一部电视剧。但是由于时间有限, 译者没有将“第六季”及时地翻译出来。较长的 EVS, 可以帮助译员分辨清楚信息的逻辑衔接, 但是由于高强度的脑力运作和短时记忆的不足, 会导致大部分信息的漏译。

(二) 语外因素

影响 EVS 的语外因素是指在同传过程中, 非语言本身的因素 (包括讲者演讲风格, 如语速快慢、插入语的使用、幻灯片出现频繁, 和译员的翻译状态) 给口译带来的影响。

1. 讲者演讲风格

由于讲者的发言风格不同, 使得译员在口译中 EVS 处理也会不同。诸如讲者在发言过程中, 加入日常的工作生活经历, 即便没有生僻单词的出现, 但由于这些经历对讲者而言, 早已烂熟于心, 很容易出现语速过快 (即每秒 2 至 3 个单词), 语句停顿少的情况, 这样会造成译员在翻译的时候, 跟不上讲者的速度 (EVS 大于 5 秒), 导致大量信息遗漏。

此外，在部分讲者的发言中，会插入幻灯片或视频，译员在口译中，一方面要翻译讲者的发言，另一方面要翻译幻灯片或视频中的关键信息，这样会打乱译员 EVS 节奏，导致精力分散，遗失信息。

2. 译员的翻译状态

现场口译之初，多数情况由于译员没有很快地进入状态，EVS 也不稳定，处于适应讲者的节奏中，会存在口译时音量较小，给听众造成一种底气不足的感觉。此外，讲者的发言中，出现许多新词、热词等，译员在对这样的表达准备充分的前提下，做拉长 EVS（大于 5 秒）的处理，一旦出现短时记忆能力有限，非常容易导致信息遗漏。

口译员在持续超过 10 分钟的高强度翻译中，容易出现疲劳状态，反应速度降低。在后续的翻译中，加之对个别词的意思不确定，被迫拉长 EVS（大于 4 秒），使得记忆负担加重，为了不影响后面的翻译节奏，译员通常只能舍弃没能及时翻译的内容，继续同传后边的信息。

如在 “Now mark my words, it’s only a matter of time before we’re going to be able to perform a Google-like search and see a cumulative picture of our reputation capital” 这句话的口译过程中，译员如果在 “a matter of time” 开始翻译，当听到 “before” 时，译员通过拉长 EVS（大于 5 秒），将 “before” 后面的内容和 “a matter of time” 进行整合，想处理为 “在…之前，这只是个时间问题。” 听完这句话时（时长为 10 秒以上），译员没有充足的时间进行同声传译，导致信息的遗漏。

二、听说滞差对口译结果的影响

由于受到语内因素和语外因素的共同影响，在较短 EVS（小于 2 秒）和较长 EVS（大于 4 秒）的情况下，出现的问题主要为两个方面，一是漏译，二是错译。在漏译中，主要体现在信息、词汇漏译。如以下口译实例：These four drivers are fusing together and creating the big shift- away from the 20th century defined by hyper-consumption towards the 21th century defined by collaborative consumption. 译员现场译文为 “这四点…在一起，造成了我们现在的巨大转变，从 20 世纪，到 21 世纪。” 从现场译文可以看到，信息中丢到了两个关键词：hyper-consumption 和 collaborative consumption。由于译员在听到 from the 20th century 后，没有想到对于 century 还有后置定语进行修饰，加之译员根据以往知识，听到 from 时，自然联想到 “from...to...”，所以在听到 “21th century” 就预测会出现 “to”，因此脱口而出 “到……”，造成了信息漏译。

在错译中，包括内容、词汇错译和衔接不当，以及句子不完整三种情况。根据讲者的语速、内容的变化，译员在翻译的过程中有意地对 EVS 进行调整，以便更好地跟上讲者的速

度，但是在较短的 EVS（小于 2 秒）的情况下，对于初入同传领域的译员，缺乏丰富的口译实践经验、心理素质不高等因素的关系，会出现翻译方面的不足。

同声传译过程中，EVS 拉长的情况主要由以下两方面的因素影响：第一，由于译员没有跟紧讲者的语速，导致 EVS 被迫拉长（大于 4 秒）。第二种情况是译员没有听懂讲者的内容或没有理清讲者的逻辑，为了充分理解讲者的意思，更加忠实地进行同传，被迫拉长 EVS（大于 4 秒）。在 EVS 较长（大于 4 秒）的情况下，译员的记忆负担明显加重，在短时记忆能力不足的情况下，极易造成翻译过程中信息和词汇表达的遗漏，使得译文的意思出现偏差以及模棱两可的情况。

三、口译实践建议

第一，注重信息传达，不拘泥于语言形式。译员在口译实战的过程中，由于受到时间、环境等因素的制约，译员不可能做到紧跟讲者一字一句的翻译，也不可能让现场译文天衣无缝。因此，译员往往会采取“释意”的方式进行翻译，但“释意”应该是全面的、忠实的、准确的。正如张维为先生曾在其《英汉同声传译》一书中写到：“同声传译标准是一个有层次的动态标准，大致可以这样界定：达意、通顺、迅速”，并认为“其核心是‘达意’，否则再‘通顺’，再‘迅速’也没有用”。译员要加强自身对于原语内容的理解，切不可将语言形式摆在第一位。因为口译活动的第一目的就是将信息内容，快速、贴切的传达给听众。由于英语的句子结构如葡萄，汉语如流水，所以译员在口译练习、实战的过程中，在理解两种语言差异性的基础上，进行句子的拆分和合并。笔者发现，同传译员在进行现场口译的过程中，会出现拘泥在语言形式的情况，如果没有把重点放在理解讲者的意思上，同时将 EVS(大于 4 秒)拉长，导致超出自身记忆负荷，使现场译文出现衔接方面的问题。

第二，译员在较短 EVS(小于 2 秒)的情况下进行同传时，很难从整体把握讲者的信息，容易造成“只见树木，不见森林”之感，使得译文的逻辑出现混乱。笔者发现，口译学习者在 EVS（2-4 秒）的情况下，进行信息传达的同时，要调动自己的背景知识，结合讲者的演讲目的，适当的进行小词和信息的填补。对于刚进入口译领域的译员来说，接到较熟悉领域或内容、句型、词汇较简单的口译任务时，EVS 可以适当调整到 2 个单词至 3 秒之间，保持同原语之间的节奏，避免翻译语速比原语速度快的情况的发生。如果在翻译过程中，遇到从句或内容难懂的情况时，译员可以将 EVS 调整到 3 秒至 4 秒之间，这样既可以抓住内容的主体框架，又可以避免过长的 EVS 带来的记忆负担。

第三，译员要充分运用口译现场出现的幻灯片、视频、道具等，进行口译信息的传达。尽管在同传现场，译员要一边关注讲者的幻灯片、视频、其他道具或肢体语言，一边进行翻译，但可以通过这些辅助材料，补救因精力分散而遗失信息的情况。

第四，在 EVS 拉长（大于 4 秒）的情况下，译员可以进行省译。为了迅速地将讲者的

内容传达给听众，在语码转换时间不够的情况下，对于整体的意思表示影响不大或者不会造成听众的理解偏差的话，译员可以果断省略不译，避免影响后面的翻译节奏。

第五，译员在没有听懂某个词或表达的时候，先不要立刻翻译，可以适当的将 EVS 调整 2 到 3 个单词后，避免受困于某个单词或表达，要从整体理解，采取意译法进行翻译。在口译训练时，译员要重视词汇的积累和英语的听辨，因为在口译现场，译员不知道会遇到什么样的情况和什么样的生僻词汇。因此，在平时的训练中，英语基本功的训练还是最主要的。只有在扎实的英语和中文的基本功的基础上，加上一定的口译技巧，译员在口译现场才不会因为不懂某个词或表达的意思而导致口译质量的下降。

第六、译员在进行口译训练中，要加强影子训练，培养听说同步、注意力的分配和短时记忆能力。练习时，在重复讲者语言的同时，可以适当的拉长 EVS，或者在短 EVS 和长 EVS 之间进行转换，在结束练习后，复述材料内容。在影子练习的过程中，如果遇到不懂的词或者复杂的句子，不要轻易放慢自己的速度，继续跟着讲者的语流、节奏。其次，在进行影子练习的时候，要“一心三用”，一边听，一边写数字或者字母，一边重复原语。（张吉良，2004(5): 82-85）通过不同方式和内容的影子练习，译员可以找到在不同类型的口译场合下适合自己的 EVS。由于每个译员的 EVS 是不同的，主要取决于译员的同传策略、句子切分策略、语义生成策略和自身的表达习惯，（张发勇, 柴明颀, 2020 (1): 67-75）没有统一的标准来划分，因此，作为口译学习者，一定要通过大量不同类型的材料练习找到适合自己的 EVS。

参考文献

- Daniel Gile. Basic Concepts and Models for Interpreter and Translator Training [M]. John Benjamins Pub Co, 1995, 204
- 杜争鸣, 孟祥春. 同声传译中的“等待”——一个值得商榷的问题. [J]. 解放军外国语学院学报, 2006, (5): 69-73
- 卢信朝, 李德凤, 李丽青. 同声传译译员能力要素与层级调查研究. [J]. 外语教学与研究, 2019, 51(5): 760-773
- 牛培, 邹卫宁, 李林. 英汉同声传译过程中句子的切分与衔接. [J]. 武汉生物工程学院学报, 2009, (2): 138-142
- 王英. 口译中信息缺失的出现及应对策略. [J]. 广东培正学院学报, 2011(1): 46-49
- 张发勇, 柴明颀. 英汉同声传译听说滞差的实验研究. [J]. 外语研究, 2020, (1): 67-75
- 张吉良. 同声传译的自我训练途径. [J]. 中国翻译, 2004(5): 82-85
- 张维为. 英汉同声传译. [M]. 中国对外翻译出版公司, 1999 (10): 1
- 朱慧. 浅谈口译训练中的影子跟读技巧. [J]. 佳木斯教育学院学报, 2011(6): 182-183



	Name and Surname (姓名) :
	JIANG WEN
	Highest Education (最高学历) :
	Master of Translation and Interpreting
	University or Agency (任职院校或单位) :
	School of Foreign Studies, Xiangsihu College of Guangxi University for Nationalities
	Field of Expertise (专业领域) :
	- Translation Theory - System-functional Linguistics
	Address (地址) :
	No.1,Pengfei Road (North) , Nanning, Guangxi, P.R.China





評述戰略文化與國家戰略的關係：兼論中國的戰略文化

REVIEW ON STRATEGIC CULTURE'S INTERCONNECTIONS WITH NATIONAL FOREIGN STRATEGIES: CASE OF CHINA'S STRATEGIC CULTURE

陳鐸

CHEN KAI

廈門大學國際關係學院，中國

School of International Relations, Xiamen University, China

E-mail: kaichen@xmu.edu.cn

Received: 15 April 2020 / Revised: 29 April 2020 / Accepted: 20 May 2020

摘要

論文評述了中外學者對戰略文化（尤其是中國的戰略文化）的研究，及其在戰略文化研究上的交集與分歧。接下來，論文探究了戰略文化與國家戰略的主要關聯，並探討了戰略文化適應戰略形勢變化的不同方式。

關鍵詞： 戰略文化，國家戰略，地緣環境，決策者

ABSTRACT

This article reviews the studies of strategic culture in both home and abroad, while analyzing the similarities and differences of scholars, especially in the case of China's strategic culture. Then, this article focuses on the interconnections between strategic culture and national strategies, and stresses how strategic culture adapts to the changing situations of strategies.

Keywords: Strategic Culture, National Strategy, Geographical Environment, Decision Maker

緒論

「戰略文化」是指特定地緣環境中，國家在實現其利益時，體現出的相對持久、穩定的戰略理念。透過戰略文化視角分析國家戰略，有助於更為客觀地評價一國的戰略，還能避免誤讀或誤判一國的戰略。本文評述了中外學者對戰略文化的研究，並以中國的戰略文化為例，分析了中外學者在戰略文化研究上的交集與分歧。接下來，本文探究了戰略文化與國家戰略的主要關聯，並探討了戰略文化適應戰略形勢變化的不同方式。

一、 戰略文化研究的沿革

冷戰期間，部分西方學者意識到，國際環境的複雜性與決策者認知的有限性，導致決策者難以避免戰略決策的錯誤。因此，他們嘗試從新的視角研究國家戰略，即將國際政治與國內政治聯繫起來，突出國內政治、社會因素對國家戰略的影響。比如，傑克·斯奈德（Jack L. Snyder）於1977年提出了「戰略文化」（Strategic Culture）的學術概念，將其定義為「一個國家戰略主導集團對於核戰略指令或類比所共有的整體概念、制約性情感反應和習慣行為模式的綜合。」（Snyder, 1977:8）傑克·斯奈德認為，美國和蘇聯在冷戰中的戰略決策均受到本國文化價值的深遠影響，從而形成兩國在戰略選擇上的明顯不同。

1990年，美國國家科學院率先舉辦了一個探討戰略文化研究的進修班。舉辦進修班的目的是界定戰略文化定義，並評估該理論可能為解釋國家戰略行動作出的貢獻。（安年科夫，2013:205）在此之後，致力於戰略文化研究的西方學者日益增多。針對戰略文化發揮作用基本條件的不同詮釋，西方戰略文化研究呈現出三個不同學派，即「決定論」、「工具論」和「選擇變量論」。

「決定論」以科林·格雷（Colin S. Gray）為代表。該學派認為，以冷戰期間美蘇兩國的戰略文化為研究案例，認為戰略文化是固定不變的，美蘇戰略文化的不同是美蘇兩國不同戰略選擇的決定性因素。其中，科林·格雷以美國戰略文化為例加以闡釋，認為「美國戰略文化是一種客觀存在，受到了美國的地緣政治、歷史、經濟和其他獨特因素的影響；它提供了對戰略觀念和國防政策進行辯論和抉擇的環境，有助於解釋為何美國的決策者會作出過去那些決策的原因。」（Gray, 1981:22）基於上述觀點，該學派進一步指出，戰略文化是影響國家戰略的決定性因素，其對於國家戰略的影響是相對穩定的。國家的歷史、文化因素（例如歷史經驗、政治文化）塑造了該國的戰略文化，繼而決定了該國的對外戰略。換而言之，戰略文化既能解釋一國過去和現在的戰略，也可以預測該國未來的戰略。（Gray, 1981:22）「決定論」試圖通過戰略文化研究構建一種可以解釋國家對外戰略的普適性理論，卻忽視了一個重要的事實，即現實中一國對外戰略的走向存在諸多不確定因素，戰略文化對於一國對外戰略的影響應該是有條件的。

與「決定論」的觀點不同，以佈雷德利·克萊恩（Bradley Klein）為代表的「工具論」認為戰略文化與國家對外戰略之間並不存在必然的關聯。其中，佈雷德利·克萊恩認為，戰略文化是「國家決策者為了使他們實際施行的戰略被接受和消除潛在挑戰力量的工具，其目的是賦予其戰略選擇

以合法性、合理性。」(Klein, 1989:99-100)「工具論」著重分析了不同國家對外戰略相似的現實，由於國家行為是國家利益或者一個霸權集團的組織利益的反映，因此有可能國家使用不同的戰略文化語言，但是國家的實際戰略和行為在本質上是相似的。(Klein, 1988: 133-148)

以江憶恩(Alastair Iain Johnston)為代表的「選擇變量論」汲取了上述兩個學派的研究成果與不足，並在此基礎上闡釋了國家對外戰略與戰略文化之間的關聯性，同時強調戰略文化發揮作用的基本條件是通過決策者的認知。該學派認為，無論是國際的體系因素還是國內的社會政治因素，都不可能對一個國家的外交政策結果產生直接的影響，而往往需要經過代表國家採取行動的領導人的認知、分析、選擇等過程才能影響國家的外交政策。值得注意的是，江憶恩強調，「不同的戰略文化決定了不同國家對於戰爭與和平、衝突與合作等國際關係主題的認識，塑造了不同國家的身份認同和戰略偏好，繼而決定了國家之間不同的戰略選擇。」(Johnston, 1995:2)

「選擇變量論」強調，國家的戰略選擇是通過決策者的認知過程實現的，戰略文化在決策過程中發揮著干預性作用。戰略文化更多地是最近的實踐和經驗的產物，而不是來源於歷史。(秦亞青, 2006: 147-148)這在一定程度上忽視了一國歷史、文化傳統對戰略文化的深遠影響。

與西方戰略文化研究相比，中國的戰略文化研究起步較晚。中國軍事科學院的李際均教授在《中國軍事科學》1997年第1期發表的《論戰略文化》一文，是中國學者首次正式提出「戰略文化」並對其詳加闡釋。李際均從宏觀層面將戰略文化視為一種系統化的戰略思想和戰略理論，認為「戰略文化是在一定的歷史和民族文化傳統的基礎上所形成的戰略思想和戰略理論，並以這種思想和理論指導戰略行動和影響社會文化和思潮。」(李際均, 1997:8-9)

其他中國學者也對戰略文化做出了值得借鑒的定義。例如，李少軍將戰略文化定義為，「一個國家實施戰略的根本理念，是國家或民族在長期歷史發展中形成的對利益與目標、朋友與敵人以及如何處理外部關係的習慣與傳統的總和。它根植於民族發展之中，決定一國大致的戰略偏好，並使國家具有相對穩定的戰略模式。」(李少軍, 2009:26)杭宇等人認為，戰略文化是指國家在確定和實現國家戰略目標時所表現出的相對穩定、持久的價值取向與行為模式，是制定現實戰略的潛在意識和歷史文化情結，是一個民族歷史經驗、民族特性、價值追求以及文化心理在戰略領域的集中反映。(杭宇、莊振華、李保軍, 2005:160)

與西方學者相比，中國學者普遍意識到戰略文化理論並非普適性理論，必須正視不同國家戰略文化的差異。比如，一個國家有什麼樣的文化，就會有什麼樣的戰略文化。有什麼樣的戰略文化，必然有與之相符合的國家行為。(李曉燕, 2009:87)大體而言，中國學者在西方戰略文化的研究基礎上，並針對西方戰略文化研究有待完善之處，側重研究不同國家歷史、文化傳統對於其戰略文化的影響，借助歷史加以分析、檢驗，進一步豐富、完善戰略文化的分析和研究模式。

21世紀初，隨著戰略文化研究的不斷深入，以及中國戰略地位的日益提升，隨著戰略文化研究的日益深入，中外學者日益關注國家歷史、文化傳統對於戰略文化的深遠影響，繼而試圖通過戰略文化探究一國歷史、文化傳統與對外戰略之間可能存在的關聯性。因此，與中國戰略文化相關的議題逐漸成為中西方學者深度思考的焦點。

二、有關中國戰略文化的研究：交集與分歧

中外學者對於中國戰略文化研究的相互借鑒主要集中在以下兩個方面：其一，中國的歷史、文化傳統是否與其戰略文化存在關聯？其二，中國的戰略文化是如何影響其對外戰略的？

首先，有關中國的歷史、文化傳統是否與其戰略文化存在關聯的問題，李曉燕指出，文化不是必然地影響或者不影響戰略文化和國家行為，文化的影響程度取決於它被施動者內化的程度。根據文化的內化程度這個變量，就可以判斷一個國家在某一歷史時期的戰略文化表現與其文化傳統是否相符，其國家行為表現與戰略文化傳統是否一致。（李曉燕，2009:84, 91）

部分美國學者則認為，中國的戰略文化與其歷史、文化傳統並不存在必然關聯，故而無法解釋中國的對外戰略。其中，孔華潤（Warren I. Cohen）認為，中國只是表面上信奉孔孟之道，但中國戰略文化自古以來就是以現實主義和軍事進攻理念為特徵的，當代中國仍然是十分好戰和富有進攻性的。（Cohen, 1997: 103-106）

中國台灣學者石之瑜與喬納森·艾德曼（Jonathan R. Adelman）不贊同上述觀點。他們研究了自鴉片戰爭以來近一個半世紀的中國歷史，發現中國的戰略選擇決策在很大程度上受兩千年來的傳統文化制約。中國的戰略文化崇尚以非暴力手段戰勝敵人，而中國發動的戰爭一般是以自衛為主，旨在迫使入侵的敵軍知難而退。中國的戰略文化傳統是難以用西方的理性戰略文化理念來解釋的。（曾瑞龍、鄭秀強，2002:4）馮惠雲對中國在三場大規模戰爭，即朝鮮戰爭（1950年-1953年）、中印戰爭（1962年）和中越戰爭（1979年）的對外決策詳加考察，其研究結論認為，中國領導人遵循儒家信仰和戰略決策準則及行為，因此顯示出防禦性而非進攻性的戰略文化。（Feng, 2002:2, 7）

其次，有關中國戰略文化與其對外戰略關聯性的研究，中外學者依然存在各自的見解。安德魯·斯科貝爾（Andrew Scobell）認為，「中國具有雙重的戰略文化：一是孔孟之道，反對衝突、重視防禦；二是現實主義政治，傾向於以軍事方式解決問題，富於進攻意識。這兩種戰略文化都在影響中國的戰略決策，並辯證地結合起來。」（Scobell, 2002:36）江憶恩則以中國的戰略文化作為個案研究，認為中國的戰略文化符合進攻性現實主義。江憶恩認為，當主導集團既具有某種類型的戰略文化偏好，又表現出與其一致的實際國家戰略選擇時，才能說明是此種戰略文化在影響其國家戰略選擇。（李曉燕，2006:35-36）江憶恩以明代歷史和《武經七書》作為實證研究依據，將中國的戰略文化作為研究個案，對其理論設計進行了經驗驗證，其結論是中國存在兩種不同的戰略文化。一種是象徵性或理想化的戰略文化，即與中國主導文化一致的孔孟儒家文化；另一種是中國實際的戰略文化，即與儒家文化完全相背的強現實政治文化。

對於江憶恩關於「戰略文化無法完全解釋中國戰略選擇」的論斷，部分中國學者認為，「任何戰略文化的內部都存在著各種分歧與對立，變動與發展，都存在著不同的亞文化傳統，這是引發戰略爭論的起因之一，也是戰略文化得以向前發展的內在動力之一。但是，內在的豐富多樣性並不會否定文化的主體傾向，也並不否定主導性戰略文化的存在。（宮玉振，2002:24-25）至於江憶恩在研究中選擇的《武經七書》，事實上並未能支持其論斷。對此，趙景芳認為，雖然江憶恩用軍事戰略文化來分析大戰略行為，不僅會得出錯誤的結論，而且由於文化的賦意過窄而考察不出國家戰略行為

的特色和國家間戰略文化的差異。(趙景芳, 2009:40) 江憶恩在此後發表的學術論文中也在一定程度上修正了自己對中國戰略文化做出的論斷, 認為「目前仍缺乏足夠的論據來證明中國是一個試圖改變現狀的修正主義國家。」(Johnston, 2003:48) 可以說, 「僅以明代和毛澤東時代的中國為例進行實證分析並得出相關結論, 確有偏頗之嫌」。不但是中國, 包括很多具有悠久歷史文化的國家, 其歷史上各時期的戰略文化並非都是同質的。(白雲真、李開盛, 2009:258)

三、戰略文化與國家戰略的關係

戰略研究的科學性需要通過歷史的檢驗, 戰略文化研究也不例外。戰略文化研究的實際價值, 在很大程度上取決於戰略文化與國家戰略的關係。具體而言, 戰略文化與國家戰略的關係, 主要體現在以下三方面:

(一) 戰略文化脫胎於特定的地緣環境並催生相應的國家戰略

地理是戰略之母。(Sloan and Gray, 1999:3) 依據不同的地理結構, 國家的地緣環境可以劃分為三類, 即海洋型、內陸型與陸海復合型國家。基於不同的地緣環境, 形成了不同的戰略文化, 並催生具有相應特徵的國家戰略。

1. 海洋型國家

海洋型國家的領土由島嶼組成, 其戰略文化在對外戰略中的體現集中於對海權的關注。具體而言, 當海洋型國家有實力維持海權時, 傾向於對周邊國家進行戰略制衡; 當海洋型國家無力維持海權時, 則傾向於實施「與強者為伍」的聯盟戰略。

以英國為例。英國位於亞歐大陸的邊緣, 憑借大西洋、英吉利海峽的天然屏障, 抵制來自歐洲大陸的戰略威脅。從 15 世紀末至 19 世紀末, 隨著英國海權的增強, 長期對歐洲大陸實施「均勢戰略」*, 有效地維持歐洲大國之間的實力平衡, 防止任何一個歐洲大國構建霸權並威脅英國的利益。直至 19 世紀末, 英國的海權日趨衰落, 其均勢戰略也隨之黯淡。第二次世界大戰之後, 英美同盟取代了均勢戰略在英國對外戰略中的地位, 時至今日依然是英國對外戰略的基石之一。

英國的戰略文化傳統對其國家戰略產生了重要的影響。英國歷來注重以有限的國力維持英國的大國地位, 特別擅長利用結盟、有限干涉和均勢外交等制度安排為英國的利益服務。縱觀歷史, 為有效消除對英國海洋霸權和本土安全的威脅, 同時減少防務開支和資源消耗, 英國長期推行歐陸均勢政策, 以實現歐陸大國相互牽制, 確保歐洲力量均衡的目的。(宋德星、李慶功, 2016:125)

* 国家或集团间为保持力量平衡, 在军备和国防建设上采取的既相互竞争又相互制约的军事战略。

2. 內陸型國家

內陸型國家地處內陸，其戰略文化基本傾向與周邊國家共享地緣空間和戰略資源。以瑞士為例。瑞士位於西歐中心，四周被德、法、意、奧等大国包围，是歐洲的戰略要衝。但是，瑞士約三分之二的面積為山區，缺乏耕地與礦產資源。考慮到自身和平、安定的戰略需要，瑞士在歐洲三十年戰爭（1618年-1648年）^{*}中就開始奉行中立政策。至今，瑞士繼續奉行永久中立的對外戰略。永久中立的對外戰略不僅維護了瑞士國內安定，更有力地促進了本國經濟的發展。

無獨有偶，另一個內陸國土庫曼斯坦於1995年12月12日，由第五十屆聯大一致通過決議，正式成為永久中立國。土庫曼斯坦位於中亞西南部，西臨世界上最大的湖泊裡海，陸上與哈薩克斯坦、烏茲別克斯坦、阿富汗和伊朗等四國相鄰。再以蒙古國為例。該國位於俄羅斯和中國之間。主要為高原，西部是阿爾泰山脈和杭愛山脈，南部是戈壁沙漠。（艾薩克斯，2002:795）2015年9月29日，蒙古國在第70屆聯合國大會上宣佈，將實行永久中立政策，希望成為永久中立國，並呼籲國際社會各方予以認可和支持。2016年初，《蒙古國永久中立法》正式出台，標誌著蒙古國永久中立政策正式以法律的形式確定實施。（張凱，2016:55-56）永久中立的對外戰略，不僅有助於蒙古國平衡與俄羅斯和中國的關係，也有利於其發展與美國、日本、德國以及歐盟、北約的關係。

3. 陸海復合型國家

陸海復合型國家的地緣環境以陸海兼備為主要特徵。陸海復合型國家出於維護國家安全的需要，將有限的戰略資源投入到陸海兩個方面。通常，此類國家較其他類型的國家更為重視戰略資源的投入，強調國家地理邊界與戰略邊界的一致性。

以中國為例。從地緣環境來看，中國三面深入亞洲大陸腹地，對內有較大的回旋空間，對外則是一個相對封閉的次大陸。在這種地理環境下，維護內部的統一佔用了中國歷代王朝大部分的戰略資源。中國歷史上的絕大多數戰爭是中華民族內部各民族和政治集團為謀求統一而進行的戰爭。在1840年以前，中國是東亞乃至全球最為強大的國家之一，卻並未將武力擴張作為基本國策。儘管中國歷史上曾在漢朝、唐朝、和清朝對外用兵，但是大多數出於積極防禦的戰略目的，或是抵禦周邊國家或民族的侵襲，或是周邊國家發生動亂影響到中國的安全所致。不僅如此，每次用兵的戰略重點始終是確保中國疆域的安全，在取得預期戰果後便適可而止。

* 三十年戰爭，神聖羅馬帝國內競爭的各王朝和宗教間的利益衝突導致的一場重大的歐洲戰爭。起因於波希米亞的新教徒針對布拉格帝國政府的反改革政策而爆發的起義。儘管1620年王朝軍隊打敗了波希米亞人，但起義繼續蔓延，並以曼斯菲爾德（Mansfeld）率領的德意志新教徒為主力軍，同時得到英國、荷蘭及丹麥的零星援助。隨著《歸還教戶敕令》（1629）的實施，斐迪南二世在天主教聯盟統帥華倫斯坦（Wallenstein）及蒂利（Tilly）率領的軍隊的援助下，驅逐了許多德意志新教徒。1630年瑞典在古斯塔夫二世（Gustavus II Adolphus）率領下進行武裝干預，德意志新教徒獲救。1635年，法國想控制西班牙及羅馬帝國，也加入這場戰爭。1648年，簽訂《威斯特伐利亞和約》（Westphalia, the Peace of），戰爭結束。參見[英]艾倫·艾薩克斯主編，郭建中、江昭明、毛華奮等譯。[M]. 麥克米倫百科全書，杭州：浙江人民出版社，2002:1158。

筆者認為，可以將中國的戰略文化概括為「尚合慎戰」四個字。

「尚和」究其實質，就是「通過中國人民的艱苦奮鬥和改革創新，通過同世界各國長期友好相處、平等互利合作，讓中國人民過上更好的日子，並為全人類發展進步做出應有貢獻。這已經上升為中國的國家意志，轉化為國家發展規劃和大政方針，落實在中國發展進程的廣泛實踐中」。（國務院新聞辦公室，2011）

「慎戰」即奉行防禦型的國防政策。具體表現為：

首先，中國堅持獨立自主的和平外交政策，不與任何國家結成針對第三方的軍事同盟。其次，不尋求領土擴張，即便是在與鄰國存在領土爭議的問題上，也不遺餘力尋求政治途徑的解決方式。第三，不從事以對外擴張為目的的軍備活動。（戚鹿寧、張權，2016:99）

中國秉承「尚合慎戰」的戰略文化，將重心放在「內部整合」而非「對外擴張」，其實質在於將有限的國力用於實現最為重要的國家利益，不到萬不得已絕不刀兵相向。換而言之，中國的和平發展絕非權宜之計，而是遵循其戰略文化傳統的必然選擇。

（二）戰略文化通過決策者來影響國家戰略

處於相似地緣環境的國家未必會實施相似的對外戰略。這主要是因為，決策者在戰略文化的影響下，對具體問題加以分析並制定相應的對外戰略。可以說，對外戰略被決策者賦予相應的戰略文化烙印，決策者對戰略文化的認知在很大程度上決定了對外戰略的走向。比如，「戰略文化可以為決策者提供程式化分析與解決問題的有效思路和對策，從而簡化戰略認知過程，提高戰略決策效率。而且，遵循戰略文化傳統解決問題，還可以提高對外行動的合法性，容易獲得民眾的支持與認可」。（李效東，2015:566）

本文將中國和美國這兩大陸海復合型國家做一比較，嘗試分析決策者對戰略文化的認知對其對外戰略的影響。

新中國成立之後，中國「尚合慎戰」的戰略文化傳統受到了新思想和新形勢的影響，並未發生實質性的改變。中國決策者有意識地避免走軍事崛起的道路。1955年，毛澤東在與印尼總理阿里·沙斯特羅·阿米佐約的會談中做出了「和平為上」的論斷。鄧小平在堅持永不稱霸的政策基軸下，準確把握當今世界的潮流，明確提出和平與發展是當今世界的兩大問題。基於鄧小平的國際戰略思想，2005年11月9日，中國國家主席胡錦濤在倫敦發表演講時闡述了中國的和平發展觀，指出中國選擇和堅持的是和平發展道路，中國的發展是和平的發展、開放的發展、合作的發展；堅持走和平發展道路，既是通過爭取和平的國際環境來發展自己，又是通過自己的發展來促進世界和平，永遠做維護世界和平、促進共同發展的堅定力量。（胡錦濤，2005）

可以說，中國戰略文化的和平本質決定了中國發展道路的選擇方式，同時也表明中國和平發展是對中國戰略文化傳統的繼承與昇華。在實施對外戰略的過程中，中國始終不謀求霸權，恪守領土邊界與戰略邊界的一致性。時至今日，中國依然堅持和平發展道路。正如習近平主席在慶祝中華人

民共和國成立 70 週年大會上做重要講話時所說，「前進徵程上，我們要堅持和平發展道路，奉行互利共贏的開放戰略，繼續同世界各國人民一道推動共建人類命運共同體。」（習近平，2019）

再以美國為例。美國決策者維護的是美國在全球的戰略優勢。對於「東西有大洋，南北無強鄰」的美國而言，其戰略文化是優越感與危機感的混合體。

所謂優越感，源自於以盎格魯-撒克遜文化、新教徒文化和白人文化為核心的美國文化及其「天賦使命」觀。在這種優越感的影響下，美國決策者始終認為美國主導的國際體系能夠維護世界和平與穩定，總是把其他國家是否接受自己的文化價值作為衡量該國文明進步與否的尺度。

所謂危機感，主要指美國決策者擔心其海陸方面的地緣優勢可能會轉變為劣勢，具體而言是防範來自於太平洋或大西洋的海權挑戰，以及潛在的核武器或大規模殺傷性武器威脅。正是在這種特殊的戰略文化影響下，美國的對外戰略呈現出明顯的實用主義（Pragmatism）傾向，即保持美國的全球領導地位，防止任何國家威脅美國的陸權或海權，同時靈活實施各種戰略手段與策略以配合上述目標的實現。

可以說，美國的戰略文化有需要「塑造敵人」的傳統。（朱鋒，2019）

這種美國需要敵人的戰略文化，就是創造敵人然後戰勝敵人，對此不要有任何的幻想。這是美國的 DNA，這種戰略思維貫穿美國整個歷史，從建國之初的孤立主義，到後面「西進運動」，羽翼逐步豐滿後提出「門羅主義」，再到後來的全球主義，無不如此。（王義桅，2019）

冷戰結束至今，雖然美國的全球戰略一直處於調整之中，均是為了確保其核心戰略目標的實現。例如，美國提出的「單邊主義」對外戰略，其實質並非放棄多邊主義，而是致力於構建能夠充分反映美國利益與意願的國際聯盟，或者構建以美國利益為基礎的多邊主義；美國對華提出的「利益攸關方」與「戰略再保障」戰略，則是著眼於推動中國盡可能地分擔美國的國際責任。此類策略性調整，並不意味著美國對外戰略出現了實質性的轉變。

（三）戰略文化能夠適應戰略形勢的變化與發展

人類社會的歷史發展進程是螺旋上升式的。國家是一個具有學習和反思能力的行為主體，能夠面對新的戰略形勢逐步積累相應的經驗。相應的，這就要求戰略文化必需不斷適應戰略形勢的變化與發展。

筆者認為，戰略文化的適應方式可以分為兩種。其一，主動適應，是指在沒有或者基本沒有外來干預和影響的情況下，由於戰略文化模式內在的超越性以及戰略文化內在的自我完善的合理性要求。戰略文化的主動適應表現為國家對戰略文化模式進行質疑和批判，從政策的成敗中自我修正，以便適應新的戰略形勢。其二，被動適應，是指在特定的歷史、政治或經濟條件下，當前的戰略文化不再能滿足國家的基本安全需求，或者慘重的損失使國家上下產生了普遍的失敗感和羞辱感，那麼整個社會就會要求重新審視原有戰略文化的核心價值觀，並催生戰略文化中新因素的發展。被動適應戰略環境，很可能導致一國的戰略文化發生重大逆轉。相比之下，主動適應地緣環境的變化，更有利於戰略文化的長期發展。

結語

戰略文化研究的積極意義在於，不會因為一國實力的強大，就得出其必然走向擴張的結論，而會透過一國戰略文化對其國家戰略做出更為理性的判斷。隨著戰略文化研究的深入，從基礎理論到經驗驗證都有很多問題有待提出和探討。例如，決策者的預期與偏見會在多大程度上限制國家戰略？非國家行為體是否具有戰略文化？如果非國家行為體具有戰略文化，那麼其戰略文化與國家行為體的戰略文化有何異同之處？對於上述議題，均有待於進一步的探究。

參考文獻

- [俄] 安年科夫. 國際關係中的軍事力量: 俄羅斯專家獨特視角解讀和預測新世紀全球軍事力量形勢與國際關係走向. [M]. 北京: 金城出版社, 2013.
- [英] 艾倫·艾薩克斯主編. 郭建中、江昭明、毛華奮等譯. 麥克米倫百科全書. [M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2002.
- 王義桅. 認清中美貿易戰實質. [N]. 新華日報, 2019-09-17.
- 白雲真、李開盛. 國際關係理論流派概論. [M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2009.
- 朱鋒. 中美當然可以走出「歷史窠臼」. [N]. 環球時報, 2019-01-02.
- 李少軍. 中國的戰略文化. [J]. 當代亞太. 2009, (1): 26-28+7.
- 李效東. 現代國際安全理論精要. [M]. 北京: 軍事科學出版社, 2015.
- 李際均. 論戰略文化. [J]. 中國軍事科學. 1997, (1): 8-9.
- 李曉燕. 文化·戰略文化·國家行為. [J]. 外交評論(外交學院學報), 2009, (4): 83-93.
- 李曉燕. 戰略文化與國家行為——江憶恩戰略文化理論述評. [J]. 世界經濟與政治, 2006, (7): 33-39+5.
- 佚名. 堅持和平發展道路——三論學習貫徹習主席在慶祝中華人民共和國成立70週年大會上的重要講話. [N]. 解放軍報, 2019-10-04.
- 宋德星、李慶功. 世界主要國家安全政策. [M]. 北京: 中央文獻出版社, 2016.
- 杭宇、莊振華、李保軍. 當代中國戰略文化追求的價值重心. [J]. 軍事歷史研究. 2005, (4): 160-163.
- 胡錦濤. 在倫敦金融城市市長薩沃里舉行的歡迎晚宴上的講話. [N]. 人民日報, 2005-11-11.
- 秦亞青主編. 文化與國際社會: 建構主義國際關係理論研究. [M]. 北京: 世界知識出版社, 2006年.
- 宮玉振. 中國戰略文化解析. [M]. 北京: 軍事科學出版社, 2002.
- 戚鹿寧、張權. 中國戰略文化中的「慎戰」思想探析. [J]. 改革與開放, 2016, (15): 97-99.
- 國務院新聞辦公室. 《中國的和平發展》白皮書. [Online].
<http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/2011/Document/1000032/1000032.htm>

- 張凱. 蒙古國永久中立政策地緣因素分析. [J]. 公共外交季刊, 2016, (2):55-60+127.
- 曾瑞龍、鄭秀強. 20世紀90年代的戰略文化理論：一個拓展中的學術領域. [J]. 暨南學報（哲學社會科學）, 2002, (7):1-12.
- 趙景芳. 美國戰略文化研究. [M]. 北京：時事出版社，2009年.
- Alastair Iain Johnston. Culture Realism: Strategic Culture and Grand Strategic in Chinese History. [M]. Princeton, N.J.: Princeton University Press. 1995.
- Alastair Iain Johnston. “Is China a Status Quo Power?” [J]. International Security, vol. 7, no. 4, Spring 2003: 5-56.
- Andrew Seobell. China and Strategic Culture. [M]. Washington: The Strategic Studies Institute, 2002.
- Bradley Klein. “Hegemony and Strategic Culture: American Power Projection and Alliance Defense Politics”. [J]. Review of International Studies, 1988(14): 133-148.
- Bradley S. Klein. “The Textual Strategies of the Military: Or Have You Read Any Good Defense Manual Lately?”. [C]. in James Der Derian and Michael J. Shapiro, eds. International Relations: Postmodern Readings World Politics, Lexington: Lexington Books, 1989. 97-112.
- Colin Gray. “National Style in Strategy: An American Example”. [J]. International Security, 1981, 6(2): 21-47.
- Geoffrey Sloan and Colin S. Gray. “Why Geopolitics?” [C]. in Colin S. Gray and Geoffrey Sloan, eds., Geopolitics, Geography and Strategy, London: Frank Cass, 1999. 1-11.
- Huiyun Feng. Chinese Strategic Culture and Foreign Policy Decision-making: Confucianism, Leadership and War. [M]. New York: Routledge, 2007.
- Jack Snyder. The Soviet Strategic Culture: Implications for Limited Nuclear Operation. [M]. Santa Monica: Rand, 1977.
- Warren I. Cohen. “China’s Strategic Culture”. [J]. Atlantic Monthly. 1997, 279(3):107-109.



	Name and Surname (姓名): CHEN KAI
	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





丝绸之路起点文化传播研究

RESEARCH ON THE CULTURAL TRANSMISSION OF THE STARTING POINT OF THE SILK ROAD

翟豪杰

ZHAI HAOJIE

天津中医药大学

Tianjin University of Traditional Chinese Medicine, P.R.China

E-mail: zhaihaojie0710@gmail.com

Received: 5 March 2020 / Revised: 29 April 2020 / Accepted: 5 May 2020

摘要

丝绸之路起点文化传播研究是学术界热议的话题之一。当下在“一带一路”背景下研究，具有历史、现实和理论意义。本文试图从国内外研究现状，探讨丝路起点文化传播的历史意义、现实意义和现实情况，结合当代特色，从丝路文化传播对当今社会的启示出发，致力于彰显新丝绸之路的时代精神。

关键词：丝绸之路，跨文化传播，起点，长安

ABSTRACT

The study of cultural communication at the beginning of the Silk Road has been one of the hot topics in the academic community for some time. The current study in the context of the “Belt and Road” has historical realities and theoretical significance. This paper attempts to investigate the historical significance, practical significance and reality of the cultural dissemination at the beginning of the Silk Road from the perspective of domestic and foreign research, combines contemporary features, and demonstrates the spirit of the times of the New Silk Road from the inspiration of the dissemination of Silk Road culture to today’s society.

Key Words: Silk Road, cross-cultural communication, departure place, Chang'an

绪论

习近平总书记提出“一带一路”倡议，旨在促进中国与中亚的经贸文化交流所做的学术调查。随着西安欧亚经济论坛、西安丝路电影节的每年举办，以及西安丝路研究会成立、西安国际港务区的开发创办，这些都体现了丝路文化传播的新时代特色。

当前学术界对丝路起点文化传播提出了很多创新性的观点，学者刘庆柱和杜文玉先生认为，以长安城为起点的丝路文化在推广的过程中，不仅实现了文化的交融，而且带动了沿线地区的经贸发展。研究的主要内容侧重于起点城市的文化传播。立足于古代长安城，就是今陕西省西安市及其周边地区。无论是汉代开拓丝绸之路，唐代丝绸之路兴盛，明清衰落，新时代复兴，历朝历代有很多人对于丝绸之路的文化传播做出了自己的贡献：比如汉代的班氏家族，班超，班固等人他们毕生为丝绸之路的建设与发展尽心尽力；有的出使西域，治理西域或者维护西域和平，为西域各国与古老中国的交融做出了无法估测的贡献。

步雁主编的《从这里出发-古丝绸之路起点上的文明印记》一书中对丝路起点的城市，文化往来的物品做了详尽分析，比如上个世纪七十年代出土于西安市何家村的镶金兽首玛瑙杯就是在丝绸之路中中西方文化交融的见证（步雁，2016：103-150）。胡文仲(1999)的《跨文化交际概论》中，用许多形象生动的案例，既有文字和图画相结合，全面的分析了对处于不同文化背景的个体在进行跨文化交际活动下的心理反应，也表现了以长安城为出发点的丝绸之路在文化传播的过程中对沿线地区人们社会心理的某种冲击。吴芳思的《丝绸之路》，采用多种学术研究方法，以逻辑演绎和实践调查为主，对跨文化传播进行探讨。

目前，国内的学者对于丝绸之路的影响研究也不少，并且做了基本的归类。有的分为几个不同的方面来介绍丝路文化，集中于某一点去细化研究；有关于宗教的、有关于民族风俗习惯的，甚至是关于某方面文化的影响。但是专门研究丝绸之路起点的文化传播并不多，基本上是在国内研究的基础上进行的。

本文的研究目的，在基于历史现实的两个层面的基础上，试图分析丝路起点文化传播的必要性和可行性。研究内容如下：

- 一、丝绸之路起点文化传播内涵；
- 二、丝绸之路起点文化传播的意义；
- 三、丝路起点文化传播与跨文化交际；
- 四、丝路起点文化传播的繁荣与未来。

一、丝绸之路起点文化传播内涵

（一）丝绸之路起点文化传播的含义

“丝绸之路”这一重要的线路命名并非是由中国人开创的。十九世纪 70 年代，德国学者李希霍芬先生在其学术著作《中国-亲身旅行的成果和以之为根据的研究》中，将中国与西方各国贸易

往来的道路称之为 die Seidenstrassen (德文。汉译为:丝绸之路)。唐朝诗人张籍的诗句“边无数铃声遥过磧，应驮白练到安西。”寥寥数语就将丝绸之路的境况描写得形象生动。

在丝绸之路的对外交流中，不可避免的涉及到文化交际。在文化交际中交际主体的双方具有不同的文化背景，势必会产生一系列的文化冲突现象，但是文化相互融合和借鉴是主流。这些对于促进新丝绸之路沿线国家和地区的文化融合和政治互信，对于推进我国“一路一带”战略具有重要的现实意义。

(二) 丝绸之路的路线 (西安市文物局, 2015: 58-98)

1. 历代陆上丝绸之路交通路线

(1) 北线由长安至(今宝鸡)，过(今陇县)，越六盘山，终点(今武威)，路程较短，环境条件恶劣，是目前所知最早的路线。

(2) 南线由长安沿渭河过(今天水)、(今临洮)、穿西宁，终点至张掖。

(3) 中线与南线，过陇山，至(今兰州)，终点至姑臧，沿途物质条件较好，但道路漫长，因此中线成为主要干线。

南北中三线会合后，由张掖带领经甘肃酒泉至敦煌，后中断。再至(今帕米尔)或(今江布尔)。

2. 丝路起点长安城

黄河中游的陕西省，是中华文明繁衍生息最主要的发祥地之一。一百多万年以前，陕西地区就出现了远古人类生产生活的迹象。一万年以前，陕西地区就已经产生了文明的雏形。在今天西安市灞桥区的半坡文化遗址，拥有新石器时代早期的仰韶文化的遗存。无不彰显出成熟的文明状态和强大的文化交融能力。长安是中国十三朝古都，在古代，特别是汉唐，产生了最辉煌的政治经济，达到了文化的高峰。丝绸之路是中亚，西亚，东亚学习的典范。是东西文化交流的最主要途径。

汉唐故国长安城的恢宏气派和世界顶级大国的格局有目共睹。事实上，丝绸之路跨越的历史阶段非常漫长。文献记载，从西周时期开始，到汉唐繁荣，再到宋元时虽然有了海上丝绸之路，但陆路丝绸之路仍然发挥着它的作用，最后到明清，实行闭关锁国，这个时期的海陆丝绸之路都趋于衰落。

丝绸之路的繁荣同时也是大唐的繁荣。在当时，长安以丝绸之路为纽带，和许多国家进行非常密切的经济贸易往来。世界上最早发明蚕丝的国家当属中国。距今三千多年的商朝甲骨文就有关于蚕丝的内容。丝绸在西方人的心里被认为是东方古老文明的文化代表，与丝绸同样受关注的当属香料。在中国唐朝，香料的应用十分广泛，从民间的世俗生活到宗教仪式都可以看到香料的身影。当时的香料大都依靠外国进口，也有通过朝贡得来的。除此之外，贵重的珠宝与药品也是贸易往来的主要商品。

除了经济，丝绸之路也是政治和军事之路，丝绸之路最初的开通，尤其是汉朝统治者派遣张骞出使西域的目的就是为了军事层面的着想。丝绸之路也的确开拓了中原的战略空间。加强了中原王朝对西域的控制，扩大了与西方文明相交融的范围。

总之，要成为丝路的起点城市，不仅要在地理位置上占优势，同时，这个城市也一定要是全国的政治、经济、文化中心，大唐的长安城就是这样一个城市。

3. 历代海上丝绸之路

据有关史料记载，海上丝路最先源于秦汉，隋唐兴起，宋元时期为盛，明初则达到最高顶峰，明末与清代则衰败。在衰败时期，当朝统治者实行海禁政策，因此广州是当时中国唯一进行海外贸易的口岸。程裕祯《中国文化要略》中记载泉州市起于唐，到宋元两朝又晋级为古代东方第一大港。

因此，我们可以归纳出，历代海上丝绸之路，可分为三大航线：

1. 东洋航线：中国沿海港至日本国与朝鲜国
2. 南洋航线：中国沿海港至东南亚各国
3. 西洋航线：中国沿海港至亚洲南部地区、和非洲东部沿海诸国。

广州，泉州在宋元明时期是海上丝绸之路著名的港口，来往的各国商人络绎不绝，产品丰富，推动了当时中国与世界小商品经济的贸易。

4. 杨良瑶是开辟海上丝绸之路的“鼻祖”

唐朝杨良瑶神道碑在上个世纪 80 年代于陕西省泾阳县被世人发现。碑文记载了杨良瑶生平事迹，尤其对他出使黑衣大食着墨众多。文中记载杨良瑶率领大型船队，从泉州出发，乘风破浪，最远到达黑衣大食，即今天的伊朗一带，比郑和下西洋整整早六百二十年。虽然其从海上出发，但他生于弘农，即今天的阜阳，死后葬于泾阳。杨良瑶出使黑衣大食，为丝路文化传播到中亚，西亚，提供了历史史实。

张广达先生《海舶来天方，丝路通大食——中国与阿拉伯世界的历史联系的回顾》对于唐朝与大食的往来做了合理的研究。他在文章中特别指出，公元 750 年，建立阿拔斯王朝，即唐代史籍所称之“黑衣大食”。张先生在文章中还提到：“在唐代，确曾横渡印度洋且有姓名可考的中国人有二人。一为达奚弘通，一为杜环。

我们认为，杨良瑶出使黑衣大食，这一具有重要历史意义的事件，虽然在相关的正史中没有足够的笔墨描述。但首先，在不同程度上都促进了中黑的经贸往来和文化交流。特别是唐朝对外贸易的兴起。其次，杨良瑶等人出使黑衣大食具有传奇色彩的原因就在于外交使节杨良瑶具有大国官员高远的眼界和致力于合作统一的现代思想。第三，这一出使，将不同民族的文化统一起来，对各种外来影响兼收并蓄。这种文化的相互融合包括中国传统的服饰，丝织品、瓷器、茶叶等，还包括西域的音乐，舞蹈等艺术。总而言之，杨良瑶其人以及出使黑衣大食这一事件虽然被

史书遗漏，但历史终究会还给一个公正的评价，肯定他的历史价值。后人也一定会惊叹在陕西省泾阳县出土的神道碑中有着一段曾被世人遗忘的传奇。

二、丝路起点文化传播的历史意义

(一) 丝路起点传播与军事政治

丝绸之路最初开通的原因，就是对军事层面的考量。事实上，丝绸之路的确开拓并扩大了中原对西域的战略空间。在公元前一百二十一年，霍去病受当朝统治者的派遣，西征。汉代占领河西走廊后，设四郡，设驿。同时还加强农业生产，使大量荒原变成农田。重视边疆的防守，使汉代的版图延长到了西域的边缘地区。这就隔绝了匈奴与羌族的关联。河西走廊犹如利剑，将青藏高原和蒙古高原劈开。在匈奴人耗费大量人力，物力，经营的草原包围圈撕裂出巨大的缺口，使整个战略局势发生改变。这种改变有利于中原地区的通知和扩张。不仅保障了中原地区的安全，同时也提升了汉代在西域各国斗争中的战略实力。

丝绸之路的开通与当代丝路文化的广泛传播，拉近了东方与西方文明的距离。使中原获得了数千米的战略缓冲带。在中国唐代，公元 751 年，安西都护府高仙芝率领众多唐军与黑衣大食交战，以大唐军队损失过半的惨痛失败结束。然而，这一惨败并未动摇中原的统治力。笔者认为，中原王朝一开始获得的数千米的缓冲带起到了重要作用。

现在，我们继承和发扬古代丝绸之路的开放精神，结合时代特色，制定一系列方针政策：

(1) 发展丝路沿线一带国家与地区的友好合作关系，促进互利共赢，符合中国与沿线国家的共同利益。(2) 和平与发展是当今时代的主题，中国倡议共同建设“丝绸之路经济带”，倡导和善、真诚互信、互利共赢。(3) 中国的国家性质和国家利益，就决定了我们始终奉行独立自主的和平外交政策，始终倡导和推行一带一路战略，为构建人类命运共同体而不断努力。

(二) 丝路起点传播与经济贸易

丝绸之路，这条通道承载了几乎所有的贸易与交流。根据名字我们可以推及，丝绸在丝绸之路中是非常具有代表性的，可以说是和瓷器具有同等的价值。除此之外，来自别国的青金石等其他产品也不断涌入欧洲和亚洲等国。可以想见，这种贸易品在世界部分国家的广泛传播也为东西方贸易往来做出了自己的贡献。青金石作为贵重的物品，曾被视为权利与财富的同义词。

除了丝绸之外，香料在丝绸之路的贸易中也很受来往商贾的青睐。在唐朝，香料在民间的世俗生活和宫廷皇室的生活里都被广泛使用。唐代香料来源，一是丝绸之路中的贸易交换，二是朝贡。民间所用香料大都通过丝绸之路上的商贾提供，而宫廷大都通过朝贡获取。

宝玉和贵重药物，在丝绸之路的传播过程中也扮演着重要角色。有趣的是，在传播的过程中，形成了丝绸自东往西而香料自西向东的趋势。并且，丝绸与香料成为了奢侈品的代名词。东

方的药物，丝绸，茶叶，瓷器……西方的珍珠玉器，香料以丝绸之路为媒介销往各地。为双方带来巨大的经济利润。

在中国四大发明之中，印刷品占据重要的地位。最早的雕版印刷《金刚经》在甘肃省敦煌市被世人发现。造纸术使中国科技领先于世界发挥着一定的影响作用，但是仅在东南亚国家才发挥了造纸术的高超技艺。丝绸之路开辟之后造纸术传播的地方越来越远。学界一致认为，随着丝绸之路的开辟，造纸术对欧洲的文化传播起到了推动作用，造纸术可以使先贤们的渊博思想以文字的形式记载下来，影响后人，并且造纸术又具有易保存、方便、美观等特点。

丝绸之路是中国古代人民在促进自身发展和对外交流而选择的一种行为方式，它当然不是一种所谓道路就可以诠释的了，更应该是中国古老文化的象征。中国古代对外交流的深入较多是得益于丝绸之路。中国唐代时期，经济文化贸易等方面都形成了鼎盛的局面。有利于中国走向世界，世界认识中国。这种深厚的影响力一直流传到了当今社会。

(三) 丝路起点文化传播与技术交流，思想碰撞和艺术融合

1. 物质文化交融与技术发明

首先，从东西交融的物质层面谈，丝绸之路使不同物种获得了直接交流。OSGOOD 认为，信息的交流是一个共同编码和解码的过程。张骞出使西域后，中原地区与西域的物种形成了双向的流动模式。西域的胡桃，葡萄等农产品引进中原，使人们的农业生产内容变得丰富起来。多种烹煮面条的方式使人们品尝到了不同口味的异域食物。除此之外，有来自西域的动物被朝贡到长安城，比如象，狮。对于西方而言，中原地区的水蜜桃，鸭梨，桂皮等水果被引入进来。丰富了当地人的美食种类。

从技术层面来讲，中原的指南针，火药技术，造纸技术传入西方。虽然传入的速度并不如物品的传入速度快，但却很大程度上推进了欧洲文明，甚至世界文明的步伐。西方的金器，银器制作工艺以及驯马技艺在中国唐朝留下了优秀的成果。

2. 中华思想文化和艺术传播

远在中国汉代时期，来源于董仲舒的“罢黜百家，独尊儒术”，使孔子的儒家思想广为流传。随着时代的发展，三教合一又成为一种趋势。儒释道三教合一的结果就是文化交际变得频繁。不同的思想相互碰撞。中国的佛教具有相当悠久的历史，起初佛教思想是伴随着西域的商贾带到中原地区。具有别样的文化内涵也促进了经济的发展。一时间，有大量寺庙被建起。“南朝四百八十寺，多少楼台烟雨中”这一句诗就足以表明当时佛教寺庙的兴盛，有不少文人为僧人写文，立传。同时还出现了和尚诗人。一直到如今，我们的日常生活在一定程度上也是受到佛教文化的影响，可以说是潜移默化和深厚的一种力量。

除此之外，中原地区的音乐、舞蹈、服饰.....绘画等等纯艺术在不同的方面都受到了西域风格的影响。就音乐来讲，唐朝流行胡乐，顾名思义，就是西域一带的歌曲。包括舞蹈。在当时，受到了社会不同阶层的青睐，是一种潮流的表现。唐代皇家宫廷音乐分为雅，清，燕三种，尤其以燕乐最受欢迎。同时，还出现了中原与西域音乐交融的产物《西凉乐》，包含了两个不同地区的艺术特色。就服装来讲，唐代的服饰，包含许多国家或者地区的元素，比如“胡服”，就包含西北少数民族，印度和波斯的服装特点。胡服在修剪、样式、布料、颜色等方面都表现出异域风情，并依靠本身具有的勇敢之力，天然之美，包容之美的独特魅力获得了中原百姓与皇家的喜爱。就绘画来讲，宋代画家郭若虚就曾赞誉过西域画家曹仲达。曹仲达的北齐著名画家之一，他的故乡就是今天的乌兹别克斯坦。曹仲达所画的服饰一改前人的飘举，表现出紧窄的特点。在唐朝，可以目睹到许多膜拜曹仲达画风的人，留下了许多“曹家样”的艺术品，这样的绘画风格与艺术特色对中国绘画艺术与雕塑艺术的风格走向具有深远的影响。

三、丝路起点文化传播与跨文化交际

（一）跨文化传播的潜移默化性

丝绸之路从中国古代一直延续到今天的一带一路，文化思想碰撞的结晶可不是一蹴而就的，而是一个潜移默化的过程。可以说是参与者共同作用的结果。起初中国的丝绸之路仅仅局限在周边地区，经贸往来还带有很大局限性，后来随着时代发展，科学技术的进步，丝绸之路开拓到了更加遥远的地区，到达了地中海。接触和熟知的不同的文化趋势也变得多起来。思想文化的交际是一个跨越时空局限性的浩瀚伟大的工程。今天的 21 世纪，我们更要发挥出丝绸之路积极的文化影响。

在我国历史文化的长卷中，丝绸之路无疑具有重要的地位，是古老中国与外界经济文化交流的桥梁。大到经济政治，小到人民日常生活的某种微小变化，这一切都具有研究的意义，对于我们了解当时社会生活风貌的某种变化提供了学术依据。

（二）丝路起点文化传播对跨文化交际的影响

跨文化交际中，交际的内容与形式都会伴随时代的进步而进步。早在中国汉代，张骞出使西域，当时输出内容较单一，而在中国唐代，丝绸之路经贸往来的商品则变得丰富起来，以中国四大发明最具代表性，指南针促进了航海探险，印刷术成为欧洲新教的工具，火药促进文化思想的传承。（胡文仲，1999：105 -190）

在世界各国及各地区的发展过程中，对外交流从来都是占据着重要的角色。因为闭关自守导致的只能是国家日渐落后的趋势。通过与外界优秀的文化进行交际才能够历久弥新。获得新的能量，做到时代创新。一方面，丰富自身内涵，另一方面也能够为世界其他民族地区做表率。

在跨文化交际过程中，交际的主体往往都会拥有不同的价值信仰，尤其是在丝绸之路的沿线国家，国民的文化信仰迥异，但即便如此，他们本着合作共赢的原则，以和为贵，克服了许多跨

文化交际的障碍，达到双赢的局面。这种双赢局面的积极意义一直发挥到现在。对我国今天的经济贸易以及其他行业都具有促进作用。提升了中国的国际地位，表现出了大国应有的国际形象。

从远古到现在的各种世界文明他们之间都主张和谐交融，反对分庭抗礼。但也有一小部分文明形式包含对抗与冲突。比如，在欧洲十五世纪到十七世纪的新航路开辟，由于欧洲人十分沉迷于淘金的乐趣，他们开辟新的大陆，无比罪恶的烧杀抢夺新大陆人民，对新大陆人民的生理心理造成了双重打击和压迫。也打破了和平安定的局面。对于我们今天维持和保护和平的国家政治经济文化大环境具有借鉴意义。

不可否认，今天的一带一路目睹了全球范围内各种宗教派别的跨文化交际。代表了这个时代的思想风潮，具有时代特点。2018 年，一带一路将会更加发挥出他的积极意义，升级为国家战略。学术界一直认为，在丝绸之路的发展过程中，“一带一路”见证了世界诸多宗教的传播与交往，承载了不同宗教的思想创新与历史进程。只有相互交流，取长补短，才能够焕发出丝绸之路在当今时代的积极意义。

（三）丝路起点文化传播对文化传播的意义

1. 对古代文化传播的意义

首先，丝绸之路的开辟，加强了中西地区经济文化的交流。对促进汉朝的兴盛起到了积极作用。其次，商品的交换在丝绸之路的传播中占据着重要的地位，丝绸与瓷器一样，都原产自中国，是中华民族古老文化的象征。在贸易往来中，丝绸被视为奢侈品。同时在政治交往中，丝绸也是一种很有效果的政治工具。中国历代朝廷派遣使节访问西域各国，常以丝绸作为维系两国友好关系的手段。不仅如此，丝绸和瓷器的传入，令许多西方人认为中国是一个物产丰富的国家。西域各国中的贵族常以家中摆放中国瓷器作为财富和地位的象征。通过丝绸之路，也为边远苦寒地区提供生活日常所需品，避免了因为温饱问题不断骚扰古中国边境的现象。另外，从中华饮食角度我们认为，在民众的日常生活里，增加了牛奶，牛肉等必需物。在某种程度上也促进了中华民族饮食文化的传播。第三，民众的娱乐形式多样，边远地区的各种运动项目，社会活动也被传播到中原地区，奠定了中华民族大家庭这样的基础。最后一点，从经济角度出发，我们不能片面的肯定丝绸之路的积极作用，反倒应该大大肯定丝绸之路为汉唐朝社会的发展作出的贡献。（吴芳思，2000：34-69）

丝绸之路是中国与西方世界相互了解的走廊。中国的西汉和东汉时期，是中国封建社会初步繁荣的阶段，而当时的欧洲却处于罗马帝国时代，是奴隶制鼎盛时期，中国文化影响了中亚，东亚许多国家或地区，欧洲罗马文化则影响了欧洲和地中海地区。当时东西两大文明缺少的就是相互了解的窗口，所以中国的丝绸之路在世界文化交流史上意义非凡。

丝绸之路是中国古代西域少数民族接受先进文化、了解外部世界的渠道。西汉丝绸之路穿过西域，西汉时期的西域是指玉门关、阳关以西，包括今天的新疆，这里分散着一定数量的绿洲，

每个绿洲就是一个国家。这些国家大部分处在奴隶社会初级阶段。张骞第二次出使西域时，访问了楼兰，且末，沙车等国。各国也派使臣回访长安，密切了汉朝与西域各国的关系。丝绸之路不仅是西域人民接受中原文化的通道，也是中原地区人民了解世界的窗口。

2. 对当代文化传播的意义

打造这样一条丝绸之路经济带，必然促进文化融合，如同千年以前一样。这样一条东西文化交流的通道，正是东亚文明再度强盛的象征。重视丝绸之路的文化功能对于当今社会有着重要的现实意义。欧亚经济论坛，丝路电影节，丝路研究会等都是丝绸之路在当代文化传播的成果。近几年，中国已经是哈萨克斯坦，吉尔吉斯斯坦，乌兹别克斯坦和塔吉克斯坦的第二大贸易盟友。习总书记提出“新丝绸之路经济带”战略构想，强烈表达中国对外开放的决心，倡导一带一路战略，发扬新丝绸之路合作共赢的精神。

新丝绸之路经济带是以古丝绸之路为基础，形成的一个人口数量近三十亿的新兴经济发展区，在新兴经济发展区的东部是亚太经合组织圈，在西部则与欧洲经济圈紧密相连。作为两者关联的发展区，以新丝绸之路为代表的中亚经济带是目前最有经济发展前景的经济走廊。之前提到丝绸之路的当代文化意义是广泛的，这种广泛性也是丝绸之路的一大特点。文化传播是共同编码解码的过程，绝不是单一的交流表达。避免了文化休克和文化焦虑。增进了东西方的文化交际。重视丝绸之路本身的当代文化意义，加强各国之间的联系，发展经济和文化交流。简而言之，旨在加强中国和中亚国家之间的经济和文化关系，区域合作对于实现互利共赢，促进增长与平等的发展目标具有至关重要的作用。学会发挥丝绸之路的文化功能，让古丝绸之路的灵魂在今天仍然能够发挥正能量，对中国社会的稳定起到重要的作用，推动社会和谐发展，助我们实现中国梦。

四、丝绸之路起点文化传播繁荣与未来

（一）丝绸之路文化传播的当下繁荣

第一、丝绸之路的现代遗产最有代表性的成果就是每两年举办一次的欧亚经济论坛。论坛主要面对欧洲与亚洲的国家与地区。是一种高标准，高规格的世界性会议。主要是以政商学界的对话，探寻并拉动欧亚地区的市场潜力。旨在推动各国各地区的互相联系，增进经济，贸易，文化的交流。2017 年古代丝绸之路的起点长安就举办了欧亚经济论坛，对于重现丝绸之路的辉煌具有开创性意义。

第二、丝绸之路在当今世界，让不同的民族文化相互融合，取长补短，一起作为世界文明的组成部分。丝绸之路虽然以丝绸命名，但贸易往来众多，从食物、服饰..... 艺术等都有所涵盖。在丝绸之路的传播过程中，经济与文化同时交流。一方面促进中国传统文化的魅力，一方面又汲取了众多其他国家，地区的优秀文化。

今天丝路起点的长安城继承了古代丝绸之路文化传播的精华，同时又进行了不同程度的创新。比如在近两年由国家新闻出版广电总局、陕西省人民政府和福建省人民政府主办的第三届丝绸之路国际电影节在西安市隆重举行。为期五天，主会场设在西安，分会场设在福建。许多中外明星电影人踏歌而来，相聚古城西安。对于丝路文化传播在当代赋予了新的内涵，开放统一，兼容并包。

第三、近两年由中国、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦三国联合申报的陆上丝绸之路的东段“丝绸之路：长安-天山廊道的路网”成功申报为世界文化遗产，成为首例跨国合作而成功申遗的项目。为丝路文化传播在当代的兴盛提供了实例。

近几年，由中国国家主席习近平提出建设“新丝绸之路经济带”战略构想。为我们描绘了和谐发展的宏伟画卷，表达出中国进一步改革开放的决心和致力于与各国合作共享，互利共赢的信心。新丝绸之路经济带是对古丝绸之路的新发展和新创新。“中国兴，则丝路兴”。

(二) 文化传播对现代社会的启示

第一、在陆上丝绸之路与海上丝绸之路的发展过程中，表现出了这样一种现象，虽然在最初的人类文明中，人们交流匮乏。然而造成这种现状的很大原因是由于生产技术的制约。就是在这样的制约下，早期中国人仍然竭尽所能进行对外交往。据有关史料，在人类文明最初出现的时期，当时的人遭受着恶劣的自然环境。虎豹豺狼的袭击，酷暑的高温，暴雪的寒冷。(刘庆柱、杜文玉，2015：34 - 203)然而在地球欧亚大陆之间的流域中，存在较小的经贸往来构成的路线。在一定程度上说明，当时环境下的住民虽然并不了解当今我们大力提倡，耳熟能详，振奋高歌的经济术语，但是仍然懂得利用交往的区域扩大化，就能谋求所需。

第二、这种真知灼见，由张骞率领众人历经艰难险阻的开辟陆上丝绸之路之后，获得了普遍的认可。在唐朝时期，是陆上丝绸之路的又一个发展期，各国商贩的贸易往来首先带来的就是刺激了民间的购买兴趣。只是因为物质实体是人们直接接触到的。市面出现的物质实体众多，从生活必需品到生活娱乐品。贵族阶层起到模范作用，民间百姓接连效仿。可以说，中国唐朝是非常接纳外来物的一个朝代，民间追逐着自皇家宫廷流传而出的发式，服饰，饮食等其他的异国珍宝。这种利用丝绸之路的贸易交往的成果，正是我们当今社会提倡的一带一路，互利共赢的口号，促进了中原地区和外界的文化交往。

第三、陆上丝绸之路和海上丝绸之路的发展过程还启示我们，人类社会的每一种群体，都必须实施对外开放这样的方针，开放自己，勇于接受新事物的道路。

世界上所有的文化，都是多彩缤纷的，有自己的脉络规律可循。不断地进步，充实着自己的文化内容，中国台湾史学家许倬云先生曾经就认为，十三古都的长安城文化，在随着历史的车轮向未来奔跑的岁月中，之所以历久弥新，很大原因就是因为它包容性和博采众长的特质。我们不仅要以传统的精妙文化为基础，更应该吸收国外优秀的物质和精神文化。

浏览丝绸之路的过往，上述言论的获得了十足的证实。丝绸之路不仅是经贸交流的连接桥，更多的是多彩纷呈，具有独特魅力的文化源泉。

第四、陆上丝绸之路和海上丝绸之路对外国人在精神产品的积极影响是古老中国精妙的物质产品以丝绸之路的方式传播到了国外。容纳科技，文学，艺术等其他多领域的产品。当然，在传播的过程中，具有最显著地位的当时是中国的四大发明了。中国的四大发明，从不同角度，不同方面促进了欧洲经济文化的交流和发展。很快，西方受众利用自己的勤劳和智慧，青出于蓝而胜于蓝。超越了中国的发展，在日后的文化渗透和战争侵略，相当大是借助于这些源自于中国的技术。

第五、从学界的宏观角度来讲，中国的四大发明极大推动了世界文明的发展进程。当然，中国的四大发明传播的途径是丝绸之路，丝绸之路是其发挥世界影响力的前提基础。以这个视角，我们认为中国独具特色的文化流传到西方社会的深刻意义，无论如何褒奖都不足以诠释的。

结语

丝绸之路以长安城为起点，不断向西域各国进行贸易往来和文化传播。贸易往来的物品繁多，随着路途的遥远，种类由单一走向多元，涉及到的跨文化交际也很具有史学价值。本篇论文着重分析了丝路起点文化传播过程中处于不同背景下人们之间的跨文化交际，以及这种跨文化交际下对当时社会潮流的某种冲击和人们在丝绸之路多元文化的影响下表现出的心里反应。也同时分析了丝绸之路文化传播对起点城市和沿线地区带来的经济贸易影响，对当今世界构建人类命运共同体的促进作用。

参考文献

- 刘庆柱，杜文玉. 丝绸之路中国段文化遗产研究 [M]. 中国：三秦出版社，2015. 34-203
- 西安市文物局. 西安市丝绸之路申遗实录 [M]. 中国：文物出版社出版，2015，58-98
- 向达. 唐代长安与西域文明 [M]. 中国：商务印书出版社，2015，104-107
- 步雁. 从这里出发-古丝绸之路起点上的文明印记[M]. 中国：陕西人民教育出版社，2016. 103-150
- （英）吴芳思. 丝绸之路 [M]. 中国：上海辞书出版社，2000. 34-69
- 胡文仲. 跨文化交际学概论 [M]. 中国：外语教学与研究出版社，1999-11 第一版 105-190
- 景峰. 丝绸之路文化线路系列跨境申遗研究 [M]. 中国：科学出版社，2016. 49-205



	Name and Surname (姓名) : ZHAI HAOJIE
	Highest Education (最高学历) : Master degree
	University or Agency (任职院校或单位) : Tianjin University of Traditional Chinese Medicine
	Field of Expertise (专业领域) : Master of Teaching Chinese to Speakers of Other Languages
	Address (地址) : New campus of Tianjin University of Traditional Chinese Medicine, Jinghai District, Tianjin, P.R.China



泰国在南海争端中的角色分析

AN ANALYSIS OF THAILAND'S ROLE IN THE SOUTH CHINA SEA DISPUTE

潘艳贤

PAN YANXIAN

(广西民族大学东盟学院 广西南宁 530008)

(Southeast Asian College of Guangxi University for Nationalities, Nanning, Guangxi 530008)

E-mail: 819124941@qq.com

Received: 21 April 2020 / Revised: 10 June 2020 / Accepted: 17 June 2020

摘要

南海争端是世界上最复杂的岛屿主权和海洋管辖权争议，严重威胁了地区的安全与稳定。南海争端当事国和非争端当事国在南海问题上的考量重点各有侧重，态度、立场与作为也不尽相同。作为非争端当事国的泰国是东盟中的创始成员国与核心国之一，它积极发展对华关系、保持“中立”、反对南海争端国际化、强调信任机制重要性的立场及其扮演的“协调者”的角色有利于争端国家之间的协调和管控。但泰国在南海问题上主张东盟形成共同立场以与中国开展集团式谈判的态度和行为又会加剧南海争端东盟化。

关键词：泰国 南海争端 角色 影响

ABSTRACT

The South China Sea dispute is the most complex island sovereignty and maritime jurisdiction dispute in the world, which seriously threatens regional security and stability. Countries directly concerned in the South China Sea dispute and countries not directly concerned in the South China Sea dispute have different priorities and different attitudes, positions and actions. As a non-party country, Thailand is one of the founding members and core countries of ASEAN, it actively develops relations with China, maintains "neutrality", opposes the internationalization

of south China Sea disputes, emphasizes the importance of trust mechanism, and plays a role of "coordinator", which is conducive to the coordination and control among disputing countries. However, Thailand advocates that ASEAN should form a common position and conduct group negotiation with China on the South China Sea issue, which will aggravate the aseanization of the South China Sea dispute.

Keywords: Thailand; the south China sea disputes; role; influence

南沙争端起源于 20 世纪 60 年代末 70 年代初，是世界上涉及国家最多、情况最为复杂的海洋权益之争，是亚太地区乃至世界热点政治话题。除了直接牵涉中国大陆、中国台湾与越南、菲律宾、马来西亚、文莱、印度尼西亚等东盟国家外，美国、英国、日本、印度等南海区域外势力亦若隐若现。东盟十国在南海问题上大致可以分为两类：一类是以越南、菲律宾、马来西亚、文莱和印度尼西亚等国家为主的争端当事国（南海主权声索国），另一类则是泰国、新加坡、柬埔寨、缅甸、老挝等非争端当事国（南海非主权声索国）。争端当事国和非争端当事国在南海问题上的考量重点各有侧重，态度、立场与作为也不尽相同。

泰国是东盟的创始成员国，在东盟占有特殊地位，扮演着核心国的角色，拥有较大的话语权。因此，在南海问题的处理上，泰国也能对东盟的态度和选择产生一定的作用和影响力。此外，南海问题非争端国的身份也意味着泰国能在南海问题中发挥牵制和协调等特殊而重要的作用。尤其是在泰国作为中国-东盟关系协调国（2012-2015 年）、东盟轮值主席国（2019 年）期间，其对南海争端的态度对南海局势、中国-东盟关系的推进产生了较大的影响。因此，正确理解并把握泰国在南海问题上的态度、取向，及其在南海争端中扮演的角色，将有利于中国对南海问题的妥善解决。

一、南海争端历史由来及发展

南海是西太平洋地区最大的陆缘海，位于中国大陆的南面，通过狭窄的海峡或水道，东与太平洋相连，西与印度洋相通，是一个东北—西南走向的半闭海。南海区域有两种不同的范围和名称。“南中国海”（South China Sea）是指纯粹的地理区域，其范围东北至中国台湾，南至印度尼西亚的勿里洞岛和巴东岛，西南至新加坡海峡，为中国、越南、柬埔寨、菲律宾、新加坡、马来西亚、印度尼西亚、泰国半岛所环绕，总面积约 365 万平方公里；“中国南海”（The South Sea of China）是指主权区域，即南中国海 U 型九段线内中国具有主权的领域，北靠中国大陆和台湾岛，南接加里曼丹岛和苏门答腊岛，东临菲律宾群岛，西接中南半岛和马来半岛，总面积约 350 万平方公里。南海诸岛是对分布在中国海南岛以南和以东的南中国海上所有岛礁的总称，按分布形势，分成东沙群岛、中沙群岛、西沙群岛和南沙群岛四大群岛。其中，南沙群岛位于南海之南部海域，是中国最南端的散布型群岛，岛屿滩礁

最多、散布范围最广，北起雄南礁，南至立地暗沙，西到万安滩，东接海马滩，其西北与越南遥遥相对，东北与菲律宾隔海相望，南部水域与文莱、马来西亚、印度尼西亚等国沿海相接。南海争端的本源与核心就是南沙岛礁领土主权、权益争议及其附近海域的划界争议。

(一) 南海争端的历史由来

中国拥有南海诸岛的主权是基于客观的历史事实。中国是最早发现、命名和开发利用南海诸岛及相关海域，最早并持续、和平、有效地对南海诸岛及相关海域行使主权和管辖的国家。中国人民在南海的活动已经有两千多年历史了。秦朝时期中国人就已经开始在南海航行，在公元前 2 世纪的汉武帝时代通过航海实践发现了南沙群岛（时称崎头）¹，并开始较大规模地利用南海进行航海通商和渔业生产。自唐代以来便有中国人民在南沙群岛生活并从事捕捞、挖井汲水、垦荒种植、盖房建庙、饲养禽畜等生产活动。根据考古发现和中外史料记载，南沙群岛的部分岛礁上曾发现古代中国渔民遗留下来的作物、水井、房屋、庙宇、墓塚和碑刻等历史遗迹。至宋代，南沙群岛被正式纳入中国版图。元朝时《元史》地理志和《元代疆域图叙》均记载了元代疆域包括南沙群岛，《元史》还记载了元朝海军巡辖南沙群岛的历史。随后明、清时期，中国政府明确将南沙群岛划归广东琼州府（今海南省）管辖。²明朝的《海南卫指挥金事柴公墓志铭》中明确记载了当时海南卫巡辖西沙、中沙和南沙群岛的场景。在清代，中国政府将南沙群岛标绘在权威性的地图上，对南沙群岛行使行政管辖。³到了民国时期，中国政府于 1935 年编印的《中国南海各岛屿图》详细标明了南海诸岛各岛礁的具体名称共 132 个，并审定这些岛礁分属西沙、中沙、东沙和南沙群岛管辖。1939 年，日本侵占了南海诸岛。日本战败后，中国于 1946 年根据《开罗宣言》和《波茨坦公告》精神重新接管西沙群岛和南沙群岛，并在岛上立主权碑。1947 年，中国政府重新命名包括南沙群岛

¹ 东汉杨孚《异物志》：“涨海崎头，水浅而多磁石”。“涨海”指的是南海，“崎头”则是当时对南海诸岛的岛、礁、沙、滩的称呼。汉代和南北朝时称南海为涨海、沸海，清代以后逐渐习称南海。

² 中国历史古籍，例如东汉的《异物志》、三国时期的《扶南传》、宋代的《梦梁录》和《岭外代答》、元代的《岛夷志略》、明代的《东西洋考》和《顺风相送》、清代的《指南正法》和《海国闻见录》等，以及源于元代，盛行于明末、清代和民国时期的民间航海指南《更路簿》都记载了中国人民在南海的活动情况，并标出了南海航线和航程，记录了南海诸岛的地理位置和地貌特征、南海的水文和气象特点，以很多生动形象的名称为南海诸岛命名，如“涨海崎头”、“珊瑚洲”、“九乳螺洲”、“石塘”、“千里石塘”、“万里石塘”、“长沙”、“千里长沙”、“万里长沙”等。中国人民对南海诸岛的命名，部分被西方航海家引用并标注在一些 19 至 20 世纪权威的航海指南和海图中，如 Nanyit（鸿麻岛）、Sin Cowe（景宏岛）、Subi（渚碧礁）就来源于中国海南的方言发音“南乙”、“秤钩”、“丑未”。

³ 清朝时期，1724 年的《清直省分图》之《天下总輿图》、1755 年《皇清各直省分图》之《天下总輿图》、1767 年《大清万年一统天下全图》、1810 年《大清万年一统地量全图》和 1817 年《大清一统天下全图》等众多官方地图均将南沙群岛列入中国版图。

在内的南海诸岛全部岛礁沙滩名称共 159 个,并在太平岛设立南沙群岛管理处,隶属广东省。1948 年 2 月,中国政府公布《中华民国行政区域图》,其中包括《南海诸岛位置图》,以未定国界线标绘了一条由 11 段断续线组成的线,这条线通常被称为传统南海海域疆界线,它不仅是南海诸岛的“岛屿归属线”,而且是中国南海管辖海域的“范围线”,因其形状为“U”形,所以也被称为“U”形线。1949 年 10 月 1 日中华人民共和国成立后,经政府审定出版的地图在同一位置上也标绘了南海海域国界线,由于当时中国与越南关系友好,让出了北部湾、东京湾两条线,把 11 段断续线改为 9 段断续线,“九段线”因此而得名。“九段线”一直以来都是中国政府主张在南海各项权益边界的依据。中华人民共和国成立后,多次重申并采取立法、行政设治、外交交涉等措施进一步维护对南海诸岛的主权和在南海的相关权益,并持续开展巡逻执法、资源开发和科学考察等活动。1951 年 8 月,中国政府在《关于美、英对日和约草案及旧金山会议的声明》中指出:“西沙群岛和南沙群岛的主权和整个东沙群岛、中沙群岛一样,自古以来为中国领土”,得到了包括越南政府在内的不少国家政府和国际会议决议的公开承认。1952 年,日本政府正式公开表示“放弃对台湾、澎湖列岛以及南沙群岛、西沙群岛之一切权利、名义与要求”,将南沙群岛正式归还给中国。1958 年 7 月,中国政府发布《中华人民共和国政府关于领海的声明》,明确提及中华人民共和国的领土包括了“东沙群岛、西沙群岛、中沙群岛、南沙群岛”。1959 年 3 月,中国政府在西沙群岛的永兴岛设立“西沙群岛、南沙群岛、中沙群岛办事处”。1983 年,中国地名委员会授权公布包括南沙群岛在内的南海诸岛标准地名。1992 年 2 月,中国政府颁布《中华人民共和国领海及毗连区法》,确立了中国领海和毗连区的基本法律制度,并明确规定:“中华人民共和国的陆地领土包括……东沙群岛、西沙群岛、中沙群岛、南沙群岛以及其他一切属于中华人民共和国的岛屿”。2012 年 6 月,中国国务院批准设立地级三沙市,管辖西沙群岛、中沙群岛、南沙群岛的岛礁及其海域。(中国网, [online], 2020) 大量中外历史文献和文物资料证明,南沙群岛自古以来就是中国领土不可分割的一部分,整个南海九段线内的海域是中国传统的历史海域。

南海诸岛属于中国早已成为国际社会的普遍认识。20 世纪以来,世界多个主要国家出版的近 200 种地图集和权威百科全书都明确地标明或承认南沙群岛及其附近海域属于中国南海的传统海疆之内。直至 20 世纪以前,中国对南海诸岛的主权毫无争议,并未遭遇任何挑战。20 世纪初,随着德国、英国、法国、日本等国家扩大对中国以及东南亚地区的侵略,南沙群岛也被觊觎,但在中国晚清政府、民国政府以及中国民众的强烈反抗下,大部分入侵行为都宣告失败。二战爆发后,1939 年日本为控制东南亚和澳大利亚,实施了“南下战略”,在此过程中强行侵占了中国西沙和南沙群岛,并将其作为海军基地。二战后,中国完全收复南海诸岛,恢复行使主权,并得到了国际社会的承认。1943 年,中美英《开罗宣言》明确宣布,日本从中国窃取的领土应全部归还中国,其中就包括南沙群岛。在 1951 年旧金山会议上,苏联曾提出一项条约修正案,要求日本承认中国对南海诸岛的完全主权。1974 年,美国参

议员曼斯菲尔德建议给中国“最惠国待遇”的声明中认为中国对西沙、南沙群岛的主权要求“都是很有理的”。世界各主要国家曾以明示或默认的方式承认中国拥有南沙群岛主权, 而从未以任何方式承认他国对南沙群岛的主权。在二战后相当长的时期内, 南海周边地也没有任何国家对中国在南沙群岛及其附近海域行使主权提出过异议。东南亚很多国家与中国的交往中, 也曾多次承认南海诸岛(尤其是南沙群岛)属于中国, 其中包括一些后来的南海争端主要当事国。如, 北越政府曾公开表示“根据越南方面的资料, 西沙和南沙群岛应当属于中国领土”, 并在其出版的教科书和地图中将南沙群岛标注为中国领土。20 世纪 50 年代, 菲律宾曾明确承认南沙群岛属于中国, 菲方对南沙没有主权要求。(中国国情-中国网.中国主张南海主权的历史与法理依据, [online], 2020) 因此, 关于“南沙群岛自古以来就是中国领土”的主权诉求, 不仅有大量古今中外文献和文物遗迹可资佐证, 而且早为世界各国所承认。无论是从历史的角度, 还是从中国对南海诸岛的发现权、持续设治管理、持续驱逐殖民者入侵的行动、国际社会的承认(包括后来的争端国)等法理的角度看, 中国对南海诸岛及其附近海域都拥有无可争议的主权。然而 20 世纪后半期却发生了关于南海主权归属的争端, 并延续至今。

(二) 南海争端的起因与发展

南海争端的产生与发展源于南海的地理自然状况以及复杂多变的国际环境。南海独特显要的地理位置、丰富的自然资源、复杂的地缘环境是争端的起源, 历史上的殖民主义侵略、现实中的大国争霸, 域外国家的干预以及存在严重缺陷的国际海洋法等是影响和推动争端恶性发展的主要因素。

南海争端首先缘于对矿产资源的争夺。自然资源尤其是矿产资源是人类生存和文明进步、国民经济发展和科学技术革命的基础, 是国家安全(包括国防安全 and 经济安全)的重要保障。⁴在国际关系中自然资源也一直非常重要, 是国际关系紧张和武装冲突的根源。南海周边有 9 个国家, 国家众多, 人口稠密, 是重要的地缘政治和经济利益交错地区。随着各国经济迅速发展, 对矿产等资源的需求也水涨船高。20 世纪 60 年代末, 南海盆地被发现蕴藏着大量品质优良的石油和天然气资源, 一跃成为世界四大储油区之一。1968 年联合国发布了关于南海拥有丰富的油气资源的报告后, 南海周边一些国家改变了原先承认南海诸岛属于中国的立场, 以制订和颁布国内涉海法律条文、公开发表政治声明等方式, 纷纷提出了对南海岛屿的主权诉求及周边海域的权益要求, 并采取军事行动强行占领岛屿, 从而导致了与中国的领土争端。1973 年的世界石油危机, 更进一步提高了南海油气资源的潜在地位, 加剧了争端。由此, 20 世纪 70 年代以后, 掀起了蚕食和瓜分南海的高潮。东南亚的越南、菲律

⁴ 在人类社会利用的自然资源中, 70%以上是金属、非金属和矿物能源等矿产资源。在现代社会中, 几乎没有哪一个部门, 不与矿物原料及其产品的消费发生直接或间接的关系。在世界经济中, 95%以上的能源、80%以上的工业原料和 70%以上的农业生产资料来自矿产资源。

賓、马来西亚、文莱、印度尼西亚等五个国家提出了所谓“主权”要求并分割了南海海域，围绕南海岛礁的主权归属及部分海域的管辖权形成了“六国七方”（中国大陆与中国台湾、越南、菲律宾、马来西亚、文莱、印尼）的争端局面。除东沙群岛、中沙群岛及周边水域无争议外，西沙群岛及南沙群岛存在一定的争议，其中以南沙群岛争议最为突出。目前在南沙群岛中，由中国控制的只有 9 个，其中大陆 8 个，台湾 1 个，而被越南、菲律宾、马来西亚、印度尼西亚和文莱所占的却多达 45 个，另外还有很多小岛礁也处于他国的控制之下，“九段线”已名存实亡。除了油气资源，南海还有丰富的“可燃冰”矿体⁵、渔业资源以及鸟粪磷矿⁶等其他天然资源。自然资源是经济发展的基础，对资源的侵占和掠夺是人类历史上大小战争的主要动因之一。美国著名的民间智库世界观察研究所在其研究报告《全球预警》⁷中指出，“在整个人类历史进程中，获取和控制自然资源(土地、水、能源和矿产)的战争，一直是国际关系紧张和武装冲突的根源。”（王家枢、张新安、张小枫，2000）仅 20 世纪发生的多场热战的主要目标或主要动因之一就是争夺资源产地，例如两次世界大战、阿富汗战争、海湾战争以及其他一些地区和局部战争。进入 21 世纪，随着世界人口的增长和经济发展对矿产等资源需求的增长，国家之间为资源而发生的争端也日趋激烈，甚至会加剧地区性冲突。对获得资源的渴望，也会激发一些国家对长期以来没有理会的陆地和海域提出领土主权的要求。因此，南海丰富的资源是引发南海争夺高潮的实质原因。在区域乃至全球资源争夺日益紧张背景下，受巨大利益的驱使，一些南海周边国家不顾南海主权历史上一直属于中国的事实侵占南沙群岛。另一方面，西方国家为保障自己的国防安全和经济安全，在矿产资源安全供应问题上一贯推行以最低廉价格利用国外矿产资源为核心的全球资源战略。虽然进入 21 世纪后强权国家赤裸裸地寻求领土扩张的时代已经过去，资源争夺将以较为隐蔽的方式进行，但这并不能掩盖其攫取广大发展中国家的资源、控制世界的矿产资源产地的险恶用心。这也是南海争端中域外大国无端插手的重要原因。只要霸权国家还存在，就会有自然资源争夺。只要南海的资源不竭，就难免被覬覦。

南海得天独厚的地理位置与地缘环境也使其战略地位和价值越来越凸显，南海因此成为全球关注热点以及大国全球利益的前沿阵地。首先，南海是国际商贸要道。南海是太平洋和印度洋之间的海上交通要道，通航量排行世界第二，是东亚通往南亚、中东、欧洲、非洲必经的重要国际航道。据统计，经过南海海域的国际贸易量约占全球贸易量的 80%；南海是中国线路最长、通往国家最多的航线，大约 60% 的外贸运输要从南海经过；日本和韩国 90% 的石油进口要经南海运输；南海地区出产的液化天然气有 75% 出口到日本；美国从亚太地区进

⁵ 2007 年，科技人员在中国南海北部圈定了 11 个“可燃冰”矿体，预测储量约为 194 亿立方米，占全球储量的 70%。专家称“可燃冰”是可替代石油、天然气的最佳清洁能源。

⁶ 仅南海诸岛中的太平岛一处就蕴藏着 10 万吨以上的鸟粪磷矿，是十分宝贵的天然优质肥料。

⁷ 美国世界观察研究所每年都发表年度报告《全球预警》，该报告目前已成为美国 583 所高等学校、1106 个专业的必备教材。

口的各种重要原料 90%左右需经南海航线。因此，南海可谓是中国、东盟各国、欧洲各国、美、日、俄、澳等主要经济体的海上航运生命线。同时，南海还是军事要冲。南海处于菲律宾苏比克湾和越南金兰湾两大海军基地之间，美国在全球控制的 16 个海上交通“咽喉点”中，有 3 个在南海附近。彰明较著，拥有南海诸岛便可有效控制这一重要海域和国际航线。此外，南海周边一些国家为遏制中国以十分优厚的合作条件将众多域外大国拉入南海油气开采项目，让这些域外大国在南海拥有了较大的利益，使得域外国家对南海问题的介入程度越来越深，导致南海问题的国际化倾向和国际关注度都日益增大。在“周期性”的南海主权争端中，外部势力的干预，特别是美国所谓的“中立调停者”的姿态难掩其试图从中渔利的企图。（中国国情-中国网.中国主张南海主权的历史与法理依据，[online]，2020）尤其是近年来，美国、英国、俄罗斯、日本、印度等域外大国为谋取战略、政治和经济利益，以南海争端为借口频频插手南海事务，导致南海局势愈加复杂，南海争端进一步加剧。

此外，西方殖民过程中遗留的众多历史问题以及冷战时期的大国争霸也对南海争端的形成造成了重要的影响。19 世纪末至 20 世纪 40 年代初，西方和日本殖民者入侵东南亚、中国的过程中也相继侵略了南海诸岛。二战后东南亚国家纷纷获得独立，在确立国家主权领土范围过程中以殖民主义侵略为借口对南沙群岛提出了主权要求。譬如，20 世纪 30 年代法国曾入侵西沙和南沙群岛，越南遂于 50 年代以法国在二战后将西沙和南沙群岛移交给了越南为借口主张在南沙的主权和权益。1947 年冷战爆发，世界主要大国尤其是美国和苏联虽然没有直接出兵占领南沙群岛，但也不同程度地卷入南沙争端。（吴士存，2013. 18）美苏大国争霸、资本主义和社会主义两大阵营的斗争造成的冷战格局使南海争端不止成为相关国家之间的主权和权益之争，也成为影响地区和平稳定与国际政治格局的重要因素。

国际海洋法对岛屿定义不清、对各国历史权益维护不足、对岛礁人工设施缺乏条文约束等重大缺陷使南海问题不但不能在法律框架下顺利解决，反而促使了南海问题的复杂化。由于现行国际海洋法源于西方海洋法，因此西方海洋法成为解决岛屿主权归属和海洋权益争端的主要依据。随着联合国的《大陆架公约》（1958 年通过，1964 年生效）、《联合国海洋法公约》（1982 年通过，1994 年生效）等涉及大陆架和专属经济区的制度陆续出台，岛礁争议被赋予了新的内涵，使南海争端从岛礁之争进一步扩展到海域划界之争，即因大陆架划界或专属经济区而产生的争端。（傅莹、吴士存，2016 年 5 月 11 日总第 755 期）在 1982 年《联合国海洋法公约》颁布前，南海争端主要发生在中、菲、越（1975 年之前为南越）三国之间，影响的范围较小，争夺的重点主要是南海诸岛。而 1982 年《公约》通过后，特别是 1994 年《公约》生效后，各国关注的重点扩展到对专属经济区与大陆架等海洋权益的争夺。（贺鉴、汪翱，2008 年 第 1 期）从内容上看，《大陆架公约》主要是约定沿海国家有权开发大陆架上的资源。所谓的“大陆架概念”，最长能把经济利益伸到 350 海里。《联合国海洋法公约》规定沿海国陆地领土向海洋的自然延伸如果超过其领海基线二百海里以外的，可以主张 200 海里以外的大陆架，简称“外大陆架”。据此，越南、菲律宾和马来西亚

等国纷纷向联合国大陆架界限委员会提交南海大陆架划界方案⁸，这些国家申请的大陆架与中国南海九段线都有重叠部分，导致南海争端矛盾激化。此外，《联合国海洋法公约》关于“位于外海的岛屿可以划定自己的领海、毗连区、专属经济区和大陆架”的规定使岛礁也成为了各国争抢的对象。如越南在 20 世纪 80 年代就非法占领了柏礁等 11 个南海岛礁。其他争端当事国的主权主张也因此相互重叠、冲突，如：马来西亚与菲律宾就校尉礁归属存在冲突，与越南就安波沙洲的主权发生冲突，与文莱在南通礁主权上冲突；菲律宾与越南争夺司令礁等等。而中国从民国时期沿用至今的“九段线”在海洋法公约中却无法找到对应的概念。此外，《公约》未对“历史性水域”、“历史性权利”作出明确规定，而这些正是中国声索南海主权的重要凭据。这就导致了一些南海域内和域外国家以中国“九段线”与《公约》以“陆地决定海洋”的精神不符为由进行挑衅。如，美国据此在外交场合频频指责中国的“断续线”主张，公然在法理上挑战中国。菲律宾更是借此在 2013 年提起了“南海仲裁案”⁹。2016 年 7 月 12 日海牙国际仲裁法庭在中方坚决反对及缺席的情况下声称依据《联合国海洋法公约》判决菲律宾“胜诉”，并否定中国主张的“九段线”，还宣称中国对南海海域没有“历史性所有权”。除了幕后推手美国及澳大利亚、日本等少部分国家为了围堵、牵制中国表示支持“仲裁”结果，有 90 多个国家的 230 多个政党和政治组织公开表示支持中国在南海问题上的立场。（新华网. 90 余国的 230 多个政党表态支持中国的南海立场，[online]，2020）无论从法理还是实践的视角看，《公约》都存在不公平性。《公约》的这些严重缺陷导致海域和岛礁的纠纷难以真正破解。美国卡内基国际和平基金会副总裁包道格（Douglas Paal）认为，“从一定程度上而言，国际海洋法造成了争端，而不是解决了争端。”中国南海研究院院长吴士存认为，“现行国际海洋法是由近现代西方海洋法发展演化而来。它在加剧对岛屿的争夺的同时，对于‘历史性权利’的界定模糊，对于解决海岸相向或相邻国家之间的海洋权益之争缺乏明确有效的规定，弹性化的规则为各种主张留下了容身之地。”（吴士存. 南沙争端的起源与发展，2013. 1）

实际上，在南海争端中虽然各种摩擦不断，但在 2009 年以前南海局势仍是局部的和可控的，然而从 2009 年开始，特别是 2012 年后南海形势加剧紧张起来。20 世纪 90 年代初，在冷战结束、亚太地区国家关系缓和、经济发展成为主基调的时代大背景下，中国与东南亚

⁸ 《联合国海洋法公约》规定，所有缔约国必须在 2009 年 5 月 13 日之前向联合国大陆架界限委员会提交大陆架划界方案，各国纷纷选在这个时间节点提出申请。2009 年 4 月 8 日，菲律宾就南海部分地区向联合国申请大陆架主权。2009 年 5 月 6 日，越南和马来西亚联合向大陆架界限委员会提交 200 海里“外大陆架划界案”后，越南 7 日又单独向大陆架界限委员会提交南海“外大陆架划界案”。2019 年 12 月 12 日马来西亚向联合国提案，要求允许马来西亚将北部海域的大陆架延伸至领海基线 200 海里以外，以确保其在南海的主权。

⁹ 南海仲裁案，又称“菲律宾控告中国案”，是由一个临时组建的中菲南海争议仲裁庭就菲律宾阿基诺三世政府单方面提起的南海仲裁案进行的所谓“裁决”。



各国及东盟的关系快速发展。1990 年，中国与新加坡建交，并与印度尼西亚复交；1992 年，中国成为东盟的磋商伙伴；1994 年，中国与越南双边关系实现正常化；1995 年，越南、老挝、缅甸、柬埔寨正式加入东盟，东盟扩大为 10 国；1996 年，中国成为东盟全面对话伙伴国；1997 年爆发了亚太金融危机，中国负责任的态度赢得了东盟的广泛赞誉，双方关系迅速走近，并确立建设“面向 21 世纪的睦邻互信伙伴关系”。在此期间，虽然南海争议仍不时凸显，但中国与东盟关系的快速发展基本掩盖了南海局势的起伏波动。随后中国为了稳定局势，维护中国与东盟关系的大局，本着“主权属我，搁置争议，共同开发”的原则与东盟进行了多轮磋商，并于 2002 年 11 月 4 日签署了《南海各方行为宣言》(DOC)，为南沙争议降温 and 地区稳定做出重要贡献。但 DOC 涵盖范围称谓上的模糊化处理为南沙争议泛化为南海争端埋下伏笔¹⁰，此后，“岛争”与“海争”的概念更加混淆，加之他因素的推动之下，导致了局部的南沙岛礁和附近海域划界之争进一步向全面的南海争议扩展的风险。DOC 签署后，事实上只有中国基本遵守了其原则和规定，未采取使争议扩大化的行动，并且积极推动海上和平合作与共同开发。而越南、菲律宾、马来西亚等国则未然，他们不但不断改建和扩建所占据岛礁，加强行政管理，加快开采油气资源，还不时捕捉和扣押合法捕捞的中国渔民等。由此可见，这些国家的行为并不是“搁置争议”，而是固化非法侵占所得，否定存在的争议。2009 年，联合国大陆架界限委员会公布了关于“200 海里外大陆架界限信息”的期限¹¹，加之美国调整了“重返亚太”的战略，促使南海局势向复杂化转折。在奥巴马政府“亚太再平衡”战略下，中国被美国视为在亚太的主要针对目标，美国对南海的立场和政策也由“不选边”、“和平手段”向“选边站”、“军事干涉”迅速转变，助长了部分南海主权争端方在南海与中国角力的信心，美国与中国在南海也开始频频出现对峙、摩擦。2012 年 4 月菲律宾挑起黄岩岛事件犹如火上浇油，突破了中国政策和忍耐的底限。随后 2014 年发生的仁爱礁打桩事件和“中建南”事件又进一步恶化了南海局势。而美国自 2014 年起在南海问题上开始呈现出越来越针对中国，直接介入争议和偏袒盟友及其他争议方的姿态。与美国政策调整相伴随的是，美军对中国的行动指向性越来越明显，各类威慑、挑衅动作愈加频繁，如加强在南海的军事演习，增加对南沙岛礁周边海域海空抵近侦察活动的次数，“误闯”中国领海领空，强化在南海地区的“航行自由行动”，强化在南海周边的盟友体系和军事网络等。（傅莹、吴士存. 南海局势及南沙群岛争议：历史回顾与现实思考，2016）2017 年，随着特朗普上台，为了防止和压制中国的战略性崛起，维护美国主导的海洋安全态势，美国提

¹⁰ 在 DOC 临近签署时越南坚持使用“黄沙、长沙群岛”（即中国西沙、南沙群岛）称谓，而中国从未承认西沙群岛存在争议，DOC 讨论也不涉及西沙群岛，中方表示不能接受越方无理要求。但在各方持久僵持不下的情况下，为了顾全大局，中方同意在 DOC 中使用了“南海各方”、“南海的航行及飞越自由”、“南海行为准则”等笼统表述，对于岛礁争端也只是泛泛表述为“不在现无人居住的岛、礁、滩、沙或其他自然构造上采取居住的行动”，没有具体到南沙群岛。

¹¹ 期限为 2009 年 5 月 13 日。

高了无端攻击和指责中国在南海正常、合法、合理维权行动和岛礁建设的声调，不断加深对南海争端的干预与介入，扩大在南海的军事、政治、外交和战略部署，并提出了地缘战略力量重新组合的“印太战略”。特朗普政府的南海政策不仅挑衅了中国的主权与安全，也加剧了南海地区的紧张局势。显而易见，南海域外大国的干预会导致南海局势复杂化，而美国加大介入南海争端及其南海立场的调整变化就是 2009 年以来南海局势恶化的主要肇因。

综上所述，南海争端发展至今已成为世界上最复杂的岛屿主权和海洋管辖权争议，严重威胁了地区的和平、安全与稳定。造成南海局势螺旋升级、各方不断相互挑战的原因是综合性的，即有基于主权、资源、战略安全诉求的现实利益纠葛，也有相互之间战略意图和政策目标的揣测与猜度，还有国际环境和地区安全形势的变化，而域外大国尤其是美国的干预则是最大推手。

二、泰国在南海争端中的态度

在南海区域国家中，主权声索国与非主权声索国的立场和态度不尽相同。泰国是非南海主权声索国，在南海主权上与任何国家都没有纠纷，这就决定了它在南海问题上的考量重点、立场与越南、菲律宾等主权声索国不同。泰国在东盟中的特殊地位及其一贯奉行的“大国平衡外交”战略，也左右了它在南海争端中的态度。泰国是东盟创始国及核心成员国之一，一方面肩负着推动东盟一体化进程的责任，维持和区域唯一地缘大中国的友好关系有利于东盟的整体利益和区域一体化进程，因此泰国不希望东盟与中国的关系因南海争端而产生裂痕；另一方面，泰国又面临着被越、菲、马、文、印等争端当事国以东盟所强调的“团结”、“协商一致”为要求介入南海问题。因此，泰国不愿意在南海问题上被动“选边站”，也不愿意因南海问题而破坏中泰关系。然而，虽然泰国不是争端当事国，但由于泰国本身就是位于南海周边的重要国家之一，与南海也有着极为密切的经济、政治利益关系，因此也一直高度关注南海地区的形势走向。泰国地处东盟中心的特殊地理位置及在东盟中的核心国地位也使其成为美、日等国极力拉拢的对象。尤其是近年来在美国相继实施亚太再平衡战略、印太战略及日本右翼势力不断抬头，印度加快“东进”，英国、法国、澳大利亚、加拿大等其他域外大国加强干预的背景下，南海争端成为域外大国制衡中国崛起的理想抓手，泰国对南海争端的态度及策略也表现出了一定的多面性。

作为南海主权非争议方，泰国一直以来并未明确地发布过南海政策，主要是通过官方的公开表态阐述了其对南海争端的态度，主要体现在以下几个方面。

（一）积极发展对华关系

自 1975 年泰建交以来，泰国与中国长期保持密切、友好关系，是中国最友好的邻邦之一。中泰两国没有领土争端和历史遗留问题，相互间具有较强的战略互补性及诸多的利益契

合点，尤其是在维护国家安全及促进经济发展等领域。泰国是东盟成员国中第一个与中国建立全面战略合作伙伴关系的国家，也是最早参与“一带一路”建设的国家之一。泰国参与共建“一带一路”有力推动了泰中合作和泰国经济社会发展，中国已经连续 6 年成为泰国的最大贸易伙伴，中国还是以旅游业为支柱产业的泰国的最大旅游客源地。2019 年泰国作为东盟轮值主席国，巴育总理表示将致力于“推动可持续发展的伙伴关系”。他认为泰国及东盟其他国家可以在“一带一路”框架下与中国交流有益经验、做法，泰国也将致力于增进中国和东盟国家的民间往来。因此，泰国不希望中国—东盟关系因南海争端遭受影响，继而危及中泰全面战略合作伙伴关系的发展，尤其是影响中泰经济合作的推进。

从 2002 年中国和东盟国家达成《南海各方行为宣言》，到 2019 年第 52 届东盟外长会完成“南海行为准则”单一磋商文本草案的第一轮审读的南海“准则”框架谈判，在这一过程中，泰国总体上秉持的是较积极的态度，虽然期间泰国经历了多次政权更迭，更换了数任不同党派的总理，但其坚持发展与中国的友好关系，愿意与中国保持合作，共同维护南海地区的和平与稳定的态度并未改变。正如亚洲和平与和解委员会秘书长郭萨·朱迪昆所言：“泰国频发的政变并不会对泰中关系造成破坏，因为无论谁上台都会把中国视作优先要务。”（中国日报中文网，[Online]，2019）尤其是 2012 年以来，泰国政府多次公开表示对华友好的态度和用合作的方式共同维护南海和平的意愿。2012 年，中泰决定建立全面战略合作伙伴关系，英拉·西那瓦就任泰国总理后首次对华进行正式访问时明确表态“泰方愿为推动东盟-中国合作，维护南海和平稳定发挥积极作用。”（中国新闻网，[Online]，2019）在《中华人民共和国和泰国王国关于建立全面战略合作伙伴关系的联合声明》中，中泰双方表示将“全面落实 DOC，推进南海合作，使南海真正成为和平之海、友谊之海、合作之海”。（中国政府网，[Online]，2019）2012 年 7 月东盟外长会议期间，时任泰国外长素拉蓬表示“南海争端不应该影响东盟—中国关系的大局”。（Carlyle A. Thayer, 2012: 4）2012 年 7 月 11 日，泰国外交部东盟事务官员阿萨育德·斯里萨穆特表示在泰国担当中国—东盟关系协调国期间，“泰国将不会允许南海争端妨碍东盟与中国二者之间的合作”。（环球网，[Online]，2019）2013 年，泰国开始担任中国-东盟关系协调国，英拉总理在接受新华社记者专访时表示“泰国愿尽最大努力促进中国与东盟关系健康发展”（中国政府网，[Online]，2019）。2013 年 7 月 24 日，在中央军委副主席范长龙访问泰国时，英拉总理再次表示“泰国希望南海争端能够以和平的方式解决”。（Bangkok Post, 2013）2014 年泰国发生军事政变，陆军总司令巴育·占奥差成为新任总理，但泰国的对外政策并未受到实质性的影响，泰国对南海争端仍延续一贯之态度。2016 年 6 月巴育在第 15 届香格里拉对话会上回答韩国学者关于“东盟如何看待南海问题”的提问时表示应“用合作的方式来解决冲突”（国际在线，[Online]，2019）；2017 年 7 月，泰国外长敦·帕马威奈在曼谷与中国国务委员兼外交部长王毅举行会谈时表示“泰方支持深化东盟—中国合作”，“愿为维护南海地区的和平稳定发挥建设性作用”。（中华人民共和国外交部，[Online]，2019）2019 年 2 月王毅在清迈

与敦举行战略磋商，双方就南海问题深入交换意见。泰方高度赞赏中方提出的三年完成“南海行为准则”磋商愿景，强调愿以此为目标，同其他东盟国家一道积极推动磋商提速增效，早日达成符合地区实际、各方共同遵守的地区规则，造福地区和国际社会。（中国政府网，[Online]，2019）2019年11月5日，中泰两国政府发表联合新闻声明，表示愿意“进一步深化拓展相关合作”、“双方支持各方为全面有效落实《南海各方行为宣言》、在2021年底前或更早时间内达成富有实质内涵的‘南海行为准则’所付出的努力，赞赏完成‘准则’单一磋商文本草案第一轮审读，欢迎启动第二轮审读，支持开展包括海洋环境保护在内的海上务实合作，将南海打造成和平、稳定、繁荣之海。”（中国政府网，[Online]，2019）其中，都特别强调了合作、和平和稳定。2020年1月，敦在北京与王毅的会谈中表示，“泰方愿与中方共同推动东盟—中国关系取得更大发展。希望“南海行为准则”磋商加快推进，相信地区国家有能力管控好南海局势，使南海成为和平、友好、合作之海。”（中华人民共和国外交部，[Online]，2020）

作为美国的传统盟友，泰国仍积极与中国开展军事合作，迄今为止已与中国进行了数轮联合军事演习。在2019年5月2日至9日双方联合举行了“蓝色突击-2019”中泰海军联训。这些都表明泰国非常重视与中国发展双边关系，保持与中国在各个领域的全面合作，共同维持南海地区和平与稳定的决心。

（二）保持中立的立场

泰国政府多次公开强调在解决南海问题的过程中需在中国和南海声索国之间保持中立，不“选边站”，反对任何企图单方面破坏现状的行为，鼓励声索国之间谈判，如此才不会影响泰国与中国、与其他主张权利国家之间的关系。

在2012年发生的黄岩岛冲突中，菲律宾企图强拉美国以及东盟其他国家一同对抗中国，这一做法遭到了泰国的反对。例如，泰国的多家主流媒体公开发声表示反对，认为此类做法必将事与愿违，甚至还可能被他人所利用。时任泰国国防部长素坤蓬·素旺在访问中国时明确表态会坚定地支持中国的立场。泰国在黄岩岛事件中的表现可以表明，泰国反对菲律宾等国家企图单方面打破南海现状的行为，也不希望域外国家以此为契机介入南海争端，主张通过磋商、谈判的方式解决有关争议问题。

泰国一贯奉行平衡外交的传统。泰国与东盟其他国家，与中国关系都很密切，这也使泰国在南海争端中必须保持中立的立场才能更好地平衡双边关系。一方面，泰国是中国的全面战略合作伙伴，意味着双方建立的是长远的、全局性的、稳定的合作关系；另一方面，泰国是东盟共同体的一员。共同体，必然强调“整体性”。“东盟共同体”是东南亚联盟国家在共同利益和地区认同的基础上，作为一个整体出现在国际交往中，以维护盟国的权利和利益的实体组织。这就决定了泰国不可能无视东盟任何一个成员国的需求，在必要的时候也要以“东盟”的整体立场一致对外。东盟共同体以“政治安全共同体”、“经济共同体”和“社

会文化共同体”三大支柱为基础，因此，虽然东盟各国在政治、经济、社会、文化方面仍存在着巨大差别，但彼此的联系却是密不可分的，作为“共同体”的目标也是一致的。再从国家安全的角度看，泰国无论是与中国，还是与东盟发生了矛盾和冲突，都可能会导致国内的政治风险，因此泰国政府在处理与中国或与东盟国家的外交事务时都必须慎之又慎。例如，2011 年 2 月发生的柏威夏寺泰柬武装冲突，导致泰国和柬埔寨两国数万民众撤离，死伤数十人。（纪彭，2011 年第 5 期）这次冲突使当时的执政党阿披实政府受到了大量国内民众和反对党的谴责和反对。在柏威夏寺泰柬武装冲突结束几个月之后，阿披实政府便倒台了，这次外交政策错误也被认为是阿披实下台的原因之一。因此，为了维护国内政治的稳定，泰国政府在面临一些重大外交抉择时也需要保持适当的“中立”，而在中国和南海主权声索国之间保持中立也是一种体现。

（三）反对南海问题国际化

在对待南海争端的解决方式上，泰国一直不主张将南海域外国家引入其中，尤其反对域外大国介入争端，以免东盟成为中美外交对抗的战场。泰国认为中国—东盟双边对话框架下的磋商谈判是处理海洋主权争议的最佳解决方式。但是，与此同时泰国却又支持东盟以共同立场解决南海争议。

泰国在南海争端是否应该东盟化的问题上有一个演变的过程。2012 年 7 月以前，泰国在南海问题东盟化的问题上比较谨慎。但自从 2012 年 7 月泰国成为中国—东盟关系协调国后，在南海问题东盟化的问题上开始“走钢丝”，以图彰显自己在东盟的地位。（邵建平、刘盈，2015 年第 3 期）在 COC 的谈判过程中，泰国也一再表示东盟要团结，“以一个声音说话”，在形成共同立场的基础上与中国开展谈判。2019 年 6 月，在东盟峰会上通过了《东盟印太展望》，该文件的一大特点就是强调“东盟中心主义”，这势必也会促进南海问题的东盟化。《东盟印太展望》提到，东盟主张通过海上合作来“和平解决争端”。同时，峰会主席泰国总理巴育表示“一致同意东盟在与地区外关系方面加强主导作用。”（新华社，[Online]，2019）

泰国一方面表明反对南海问题国际化、扩大化的态度，部分迎合了中国在南海问题上的主张，另一方面却寻求东盟在该问题上的一致意见，与中国反对南海问题东盟化的立场相悖，表明了泰国在南海争端中复杂的态度。

（四）强调信任机制

泰国认为信任是南海谈判的重要机制。泰国政府多次公开表示在有关国家之间建立信任机制是能使各方所接受的解决南海争端的重要方法，应通过促进合作推进问题的顺利解决。

泰国驻东盟总部外交官 Kanok Phaknueam 和 Nitkanak Chomworak 撰文指出：中国通过和平崛起战略在东南亚和世界舞台上的作用已大大增加，中国作为在该地区的大国，应该承担起责

任，这将有助于巩固中国作为负责任的区域超级大国的地位，同时也有助于防止该地区以外的国家来干预上述问题。中国和东盟的关系，不仅仅涉及南海争端，还覆盖了多方面、多领域，包括经济、文化、教育、农业、交通、能源、旅游、信息通讯、人力资源开发、湄公河开发和公共卫生等等。可以说，东盟与中国之间存在相互信任的基础并且必须互相依靠，应该通过中国—东盟合作框架来解决南海问题。泰国认为，各方应该采取和平谈判、循序渐进的方法在《南海各方行为宣言》(DOC)框架下开展与南海问题有关的活动，并在其他领域进行合作，相互包容，避免采取任何可能对“信任”产生不利影响的行动。当双方建立足够的信任之后再开始实行解决南海争端的提案，讨论《南海行为准则》(COC)的制定，推动地区的和平与稳定，也促进东盟与中国之间的合作更加紧密。(กนก เผือกงาม, นิษฐกานต์ ชมวาทกุล, [Online], 2019)

三、泰国在南海争端中的协调者角色

基于泰国对南海争端的态度，以及历来的种种表现，表明泰国乐意并且有信心充当南海问题协调人角色，协调东盟各国的南海立场和各方利益，避免争端升级与恶化，防止东盟分裂。

首先，泰国当好东盟—中国协调者的信心不但来自于泰国并非南海主权申索国，以及泰国与其他各东盟成员国之间良好的关系，更来自于泰国与中国近年来的经济、政治和文化的密切合作。泰国是东盟成员国中第一个与中国建立全面战略合作伙伴关系的国家，至 2019 年中国已经连续 6 年成为泰国的最大贸易伙伴，也是泰国最大的游客来源国（泰国旅游收入占 GDP 的 13%-14%）和最大的留学生来源国。两国经贸往来和民间交流愈来愈密切。

其次，泰国在南海问题中的角色定位也源于其经常扮演“协调者”的外交传统。泰国是东盟的创始成员国，随着东盟的不断扩大，泰国逐渐成为东盟新老成员国之间关系的桥梁与纽带，在东盟内部的整合中起着特殊的作用。随着泰国在东盟中地位的大幅提升，泰国经常在地区安全的维护中扮演“协调者”角色，并在这一过程中又得以提高自身国际地位，维持其地区影响力，成为东盟的中坚力量。因此，泰国谋求在南海局势的稳定和南海争端的解决上“有为”，也是为了彰显自身的地区影响力。尽管泰国在南海争端上不支持任何一方的主张，但也并非完全消极地中立，而是谋求在保持中立的基础上有所作为，以彰显自身在东盟内部的影响力。泰国在担任中国-东盟关系协调国和东盟轮值国期间，主要以协调国的身份发起相关倡议，依托东盟构筑的多边机制为中国和东盟就南海争端的磋商搭建平台。在此过程中，泰国积极扮演“协调者”角色。尤其在 2019 年泰国担任轮值主席国期间，积极发挥协调国的作用，促进了“南海行为准则”谈判取得重要的进展。

此外，近年来泰国一直积极谋求成为“东盟领头羊”（冯梁，2010：233），因此，泰国也必须顾及东盟的整体利益以及东盟其他国家的感受。2012 年泰国担任中国—东盟关系协调国后表示，在南海问题上东盟应与中国展开集团式谈判。在 COC 的谈判过程中，泰国也一再强调东盟要“以一个声音说话”，在形成共同立场的基础上与中国开展谈判。

出于经济和外交方面的战略考量，泰国对南海争端的态度会维持一定的延续性和稳定性，也将会继续高度的关注南海争端。一方面，泰国将会继续希望南海海域维持和平与稳定，南海争端不会进一步扩大，以及不影响中国—东盟关系，因为这样才符合泰国的国家利益和东盟的整体利益。另一方面，泰国外交政策的基石是“立足东盟”，泰国在推进与中国关系时必然要与其他东盟国家相互协调。因此，泰国对南海争端的态度很可能继续在中国和东盟之间寻求平衡，很有可能继续就推动东盟各国在南海问题上形成共同立场与中国进行集团式谈判而努力。

四、小结

综上所述，南海问题由来已久，非一朝一夕就能解决，确实需要各方以合作的姿态、通过沟通和协商妥善处理。只有相关各方真正致力于维护南海地区和平与稳定，才能把南海建成真正意义上的和平之海。未来形势如何发展取决于各方的认识和选择，如果选择合作，可能是多赢；如果选择对抗，则可能是僵局甚至冲突，任何一方都难以从中完全获益。

泰国在当今亚太海洋战略格局中扮演了重要的角色，它在南海问题上的态度也将有可能对其他南海非争端当事国在该问题上的价值取向产生一定影响，引起包括争端当事国及美国、日本等域外大国的关注和考量。

总体而言，泰国对南海问题的态度及其扮演的“协调者”的角色有利于南海局势的和平与稳定，有利于争端国家之间的协调和管控。但另一方面，泰国在南海问题上主张东盟形成共同立场以与中国开展集团式谈判的态度和行为又会加剧南海争端东盟化。如果未来泰国和其他的南海非主权声索国都能在南海问题上继续保持中立立场，那将有利于中国南海政策主张的实施；如若不然，中国在南海问题上势必将面临更为严峻的东盟化与国际化趋势，面临更大的外交压力。

无论是从传统安全的角度还是从非传统安全的角度出发，出于国家利益和地区利益的考量，维护南海地区和平与稳定，促进中国—东盟关系健康有序发展，建设好中国—东盟自由贸易区应该是中泰双方未来共同努力的现实方向。

参考文献

中国日报中文网. “泰国专家：无论谁上台都会把中国视作优先要务” [online],

(http://world.chinadaily.com.cn/2014-09/15/content_18597761.htm), 2019/11/8

中国新闻网. “温家宝与英拉会谈：共同维护南海和平” [online],

(<http://www.chinanews.com/gn/2012/04-17/3826571.shtml>), 2019/11/8

中国政府网. “中泰关于建立全面战略合作伙伴关系的联合声明” [online],

- (http://www.gov.cn/jrzq/2012-04/19/content_2117598.htm) , 2019/11/12
- Carlyle A. Thayer. “ASEAN's Code of Conduct in the South China Sea: A Litmus Test for Community—Building?”. [J]. The Asia-Pacific Journal, Vol. 10, Issue 34, No. 4, 20 August, 2012, p. 4.
- 环球网. “泰称不允许南海争端妨碍中国与东盟合作关系” [online], (<https://world.huanqiu.com/article/9CaKrnJwc1j>) ,2019/11/12
- 中国政府网. “英拉：泰国愿尽最大努力促进中国与东盟关系发展” [online], (http://www.gov.cn/jrzq/2013-08/29/content_2477287.htm) , 2019/11/10
- “Thailand urges China Sea peace” [online], Bangkok Post, 24 July, 2013.
- 国际在线. “泰国总理：若只用冲突眼光看南海问题那就无出路” [online], (<http://news.cri.cn/20160604/9667ebd0-35ed-abad-f35b-3eb0ef09fa0f.html>) , 2019/11/17
- 中华人民共和国外交部. “王毅与泰国外长敦会谈” [online], 2017. 7. 24, (<https://www.fmprc.gov.cn/web/wjbzhd/t1479642.shtml>) , 2019/11/17
- 中国政府网. “王毅外长与泰国外长敦举行战略磋商” [online], (http://www.gov.cn/guowuyuan/2019-02/16/content_5366292.htm) , 2019/11/10
- 中国政府网. “中华人民共和国政府和泰王国政府联合新闻声明” [online], (http://www.gov.cn/xinwen/2019-11/05/content_5448938.htm) ,2019/11/10
- 中华人民共和国外交部. “王毅会见泰国外长敦” [online], 2020. 1. 23, (<http://new.fmprc.gov.cn/web/wjbzhd/t1735551.shtml>) , 2019/2/10
- 纪彭. 柏威夏寺：泰柬冲突中不能承受之痛. [J]. 文史参考, 2011 年第 5 期
- 邵建平、刘盈. 泰国对南海争端的态度：表现、成因、趋势和影响. [J]. 东南亚研究, 2015 年第 3 期
- 新华社. “东盟推出‘印太展望’ 外媒：欲在印太地区发挥主导作用” [online], (<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1637302689454903617>) , 2019/11/10
- นง เผือกนวม ,นิษฐกานต์ ขมวรกุล.ความไว้นื้อเชื่อใจ กุญแจที่ขาดหายไปโนทะเลจีนใต้ 信任:解决南海问题缺失的钥匙. [online], (https://www.baanjomyut.com/library_2/asean_Community/49.html) , 2019/11/12
- 冯梁. 亚太主要国家海洋安全战略研究. [M]. 北京：世界知识出版社, 2010. 233
- 周喜梅、梁霞. 泰国高层对南海争端的看法. [J]. 南洋问题研究, 2013 年第 3 期
- 康霖. 试析泰国、缅甸、柬埔寨的南海政策. [J]. 新东方, 2014 年第 6 期
- 刘中民. 冷战后东南亚国家南海政策的发展动向与中国的对策思考. [J]. 南洋问题研究, 2008 年第 2 期
- 傅莹、吴士存. 南海局势及南沙群岛争议：历史回顾与现实思考. [J]. 中国新闻周刊杂志 2016 年 5 月 11 日总第 755 期

邵建平、李晨阳. 东盟国家处理海域争端的方式及其对解决南海主权争端的启示. [J].

《当代亚太》，2010 年第 4 期

ZHANGMING, "Real Risks to Peace and Stability in the South China Sea Come from Power Outside the Region"[online], euobserver, 22. AUG 2019

(<https://euobserver.com/stakeholders/145705>) , 2019/12/12

中国网. 中国坚持通过谈判解决中国与菲律宾在南海的有关争议 (2016 年 7 月) . [online].

中华人民共和国国务院新闻办公室, 2016. 7. 13, (<http://www.china.com.cn/zhibo/>

zhuanli/ch-xinwen/2016-07/13/content_38870766.htm), 2020/3/3

中国国情-中国网. 中国主张南海主权的历史与法理依据. [online]. 2012. 4. 11

(http://www.china.com.cn/guoqing/2012-04/11/content_25115653.htm) , 2020/5/25

吴士存. 南沙争端的起源与发展. [M]. 北京: 中国经济出版社, 2013. 5

王家枢、张新安、张小枫. 《矿产资源与国家安全》[M]. 北京: 地质出版社, 2000. 5

	Name and Surname (姓名) : PAN YANXIAN
	Highest Education (最高学历) : Ph. D.
	University or Agency (任职院校或单位) : Nanjing University / Guangxi University for Nationalities
	Field of Expertise (专业领域) : - Southeast Asian Studies - International relations - Overseas Chinese Studies
	Address (地址) : Guangxi University for Nationalities, Nanning, Guangxi, China





泰国 “东部经济走廊”

THE EASTERN ECONOMIC CORRIDOR, THAILAND

ชไมพร เอกสินเสริม

CHAMAIPORN EKSINSERM

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 : nam_eksinsrem@windowslive.com

Received: 28 March 2020 / Revised: 27 May 2020 / Accepted: 28 May 2020

摘要

因为全球经济波动的影响，泰国经济增长正在放缓，所以泰国政府推出了“东部经济走廊”发展规划，作为实现总体发展战略的重大战略举措。为了让国家能跳出中等收入陷阱和成为较高收入的国家，政府就在东部经济走廊建成泰国产业升级的区域平台，以带动泰国整个产业结构调整，促进泰国社会经济的发展以及提升国家工业化水平。泰国东部经济走廊的区域优势、优惠政策和投资环境为正在响应“一带一路”倡议的中国企业提供了良好的合作机遇，这将成为中泰良好经济合作的友谊桥梁。

本文说明了东部经济走廊的相关问题，关于东部经济走廊的发源和目标、从东部经济走廊项目中获益的方式以及国内外投资的潜在机遇，除了介绍东部经济走廊的实质和现状外，本文还帮助预测了经济增长和吸引更多投资者进入泰国的可能性。

关键词：泰国，东部经济走廊，发展战略“一带一路”

ABSTRACT

Economic growth in Thailand is slowing due to global economic fluctuations, So the Thai government launched the "Eastern Economic Corridor" development plan. As a major strategic measure to achieve the overall development strategy. To allow the country to escape the middle-income trap and become a higher-income country, The government has built a regional platform for Thai industrial upgrading in the Eastern Economic Corridor, To promote the adjustment of Thailand's entire industrial structure, promote Thailand's social and economic development and improve the country's industrialization level. The regional

advantages, preferential policies and investment environment of the Thai Eastern Economic Corridor provide good cooperation opportunities for Chinese companies that are responding to the “Belt and Road” initiative, which will become a bridge of friendship for good economic cooperation between China and Thailand.

This article explains issues related to the Eastern Economic Corridor, the origin and goals of the Eastern Economic Corridor, ways to benefit from the Eastern Economic Corridor project, and potential opportunities for domestic and foreign investment. In addition to introducing the essence and current status of the Eastern Economic Corridor, this article also It helped predict economic growth and the possibility of attracting more investors to Thailand.

Keywords: Thailand, The Eastern Economic Corridor, Development strategy

“One Belt One Road”

在 2016 年，泰国总理巴育提出，泰国拟在未来 20 年将经济发展提升到一个基于高附加值的发展阶段，被称为“泰国 4.0”阶段。泰国希望通过推进 4.0 战略，将传统的农业种植模式升级为智能化农业，将传统的中小企业升级为智能型中小企业，将传统的服务业升级为具有高附加值的服务业。为此，泰国推出了“东部经济走廊(EEC)”计划。

一、东部经济走廊（EEC）

泰国政府在泰国 4.0 项目下的新奇舰，该计划旨在强化过去 30 多年来一直是区域制造业和贸易中心的原东部海岸。东部经济走廊位于泰国东部沿海的北柳府、春武里（芭堤雅所在地）和罗勇乌达抛机场所在地）三府设立经济区，总面积达 13,285 平方公里。是泰国唯一国家级经济特区。这些三府被选为东部经济走廊经济发展试点项目，东部经济走廊加速发展公用事业、运输系统、物流、人力资源的经济增长和为投资者提供一站式中心服务。泰国建设东部经济走廊（EEC）项目已初见成果，未来各行各业的就业岗位都将增加，每一位泰国人民都有机会参与到 EEC 项目并获益，因此为了最大程度的获得利益就必须发展自身并寻找参与渠道。

二、东部经济走廊 EEC 的开始

东部经济走廊是泰国政府近 30 年来提出的最重大投资计划泰国政府专门制定了《东部经济特区法案》，已于去年 5 月生效实施。为了吸引外资在东部经济走廊筑巢落户，泰国政府开出了一系列优惠政策，比如免除企业所得税最高可达 15 年，政府支持的项目允许拥有土地，提供一站式办公服务等。每个人都会聚在一起发展泰国的第一名在林查班建筑深水港，预计未来东部经济走廊将发展成为一个现代化都市、国际贸易和投资中心、区域运输和物流中心、旅游景区和和通往亚洲的最现代化门户。建造 32 个工业区背后的原因在于容纳 5,000 多家工厂在该区域，它是林查邦的第一个深海港口的建造和其他设施的发展，因此东部地区已成为重要产业的主要生产基地。例

如石化生产中心是亚洲的五分之一，被称为汽车和汽车零部件制造中心，也被称为“东方底特律”，鉴于基础设施的完善性和物流中心的地理竞争优势，东部经济走廊是 4.0 工业时代国家经济的新希望。

泰国政府正在倡导的是“泰国经济 4.0”经济发展模式。这一模式的根本目的是改变泰国现在的产业结构，将泰国打造成东盟地区领先的数字商业中心，实现基于价值创造的经济模式的转变，强调发展技术和创新型企业。东部经济走廊是朝着这个目标迈出的坚实一步。东部经济走廊项目秉持三大原则，即连通、包容和可持续发展。在“泰国经济 4.0 政策”指引下，东部经济走廊将在创新、创造、科研和发展的驱动下，成为升级泰国商业、工业和农业发展模式进而带动国家发展的领头羊。

根据规划，东部经济走廊将聚焦十大目标产业。其中，第一波 S 形曲线产业（S-curve）是泰国已有一定实力的产业，包括现代汽车产业、智能电子产业、高端旅游及保健旅游、农业和生物技术、食品加工业；新一波 S 形曲线产业是面向泰国未来发展的产业，涵盖机器人、航空与物流、生物燃料和生物化学、数字产业、全方位医疗产业。

同时，泰国政府在东部经济走廊投入重金，将重点发展一批大型基础设施建设项目。空运交通方面，芭堤雅乌塔堡国际机场将升级为国际大机场，将成为物流中心和高端航空维修中心。水运交通方面，泰国将着力打造走廊内的三大码头：兰查邦深海港口是货物集装箱以及游客车辆集散地，罗勇马达普深海港口将用于运输石油和天然气，支持全国石化行业；芭堤雅附近的梭桃邑码头将成为高端邮轮停靠港口，同时设有渡轮连接泰国湾区的各大旅游胜地。投入使用后，泰国湾东西部之间的旅行时间将缩短 2 小时。陆路交通方面，泰国将新建机场高铁，无缝对接曼谷廊曼和素万纳普两座机场与芭堤雅乌塔堡机场，实现三大国际机场互联互通。

三、政府重视东部经济走廊 EEC 的原因

从泰国总理炳·廷素拉暖 (Prem Tinsulanonda) 推动泰国东部海岸 Eastern Seaboard 成功之后，泰国经济增长到今天。但不过十年以来泰国经济放缓。经济方面，泰国传统工业基础薄弱，目前，泰国本土工业企业以低技术水平的轻工业为主，汽车、电子产品等高附加值产业仍掌握在外国企业手中。从经济增长率 7-8%，但如果不加加以刺激，泰国经济有可能继续下降到 3-4%。另外泰国还面临着来自中国、印度尼西亚和越南等低劳动力成本国家的竞争，所有这些因素都使泰国在与这些国家竞争时失去了劳动密集型投入的优势，因此现在是时候要把泰国的生产和服务提升到更高的标准。经济方面，泰国传统工业基础薄弱，目前，泰国本土工业企业以低技术水平的轻工业为主，汽车、电子产品等高附加值产业仍掌握在外国企业手中。

由于这个原因，东部经济走廊 EEC 是一个重要的项目，将提高竞争力，以提高经济增长并吸引未来的投资。目标就是扩大东部经济面积成为“World-class Economic Zone”为了打造区域未来产业超级集群（Super Cluster）和国家目标产业。为了将 20 年推动经济发展的机制，代替东部海岸 (Eastern Seaboard)。如果上述计划都能顺利进行，在加上泰国城市发展建设、工业与旅游的发展，

将推动泰国国内产业总值在一年 5%，在工业和服务业创造一年 10 万个人，建立新税基每年不少于 1000 亿泰铢，包括吸引游客不少于一千万游客并建立收入基础至少 45 万泰铢。

四、东部经济走廊的发展计划

泰国政府希望通过推进 4.0 战略，将传统的农业种植模式升级为智能化农业，将传统的中小企业升级为智能型中小企业，将传统的服务业升级为具有高附加值的服务业。为此，泰国推出了“东部经济走廊”计划。在五年内开始投资（2017-2021）是基础的投资，推动投资的十大目标与泰国 4.0 有关。包括五个项目传统优势产业（FirstS-curve）传统优势产业包括：新一代汽车制造、智能电子、生物科技和农业高端、高端旅游和医疗旅游、食品深加工。和五个项目未来产业（NewS-curve）促使泰国产业科技升级和改造。未来产业包括：自动化和机器人、航空和物流、生物化工和生物能源产业、数字化产业、医药中心。在政府部门和私人部门的投资有 1.5 万亿泰铢（450 亿美元）投入建设基础设施。东部经济走廊 EEC 基础设施具体项目包括扩建乌塔堡国际机场、林查班港、修建曼谷至罗勇的高速铁路及完成区域内铁路复线、高速公路建设和医院修建等。其中，政府规划将乌塔堡机场发展成为地区航空枢纽，发展飞机修理和航空人员培训产业。



图 1 泰国东部经济走廊

资料来源：（泰国房产）<http://cdncn.tgcondo.com/news?limit=6&limitstart=0>

政府部门和私人部门的投资有 1.5 万亿泰铢（450 亿美元）投入建设基础设施在东部经济走廊经济发展试点项目可以分为：用 2000 亿泰铢发展乌塔堡机场成为泰国第三大国际机场

- 1.建筑铁路连接三大国际机场（廊曼机场、素万纳普机场、乌塔堡机场）可在 1 小时内往来三大国际机场和容纳乘客 1.1 亿人次/年，投资额 1, 580 亿泰铢。
- 2.双线铁路连接两个主要港口，投资额 643 亿泰铢。
- 3.林查班深水港口开发，集装箱吞吐量加一倍，有每年 700 万 TEU 增加到 1800 万 TEU，汽车出口量增加两倍，有每年 100 万辆增加到 300 万辆。成为印度支那的门户港口和亚洲地区的物流中心，投资额 880 亿泰铢。

4. 马达普港口开发将支持该地区的能源和石化产业投资额 101.5 亿泰铢。
5. 建设三条高速公路投资额 353 亿泰铢。
6. 在春武里、北柳、罗勇三府开发投资额 400 亿泰铢。
7. 投资旅游方面 200 亿泰铢。
8. 在创新区和目标产业投资 500 亿泰铢。

(一) 东部经济走廊 (EEC) 发展的目标

发展东部经济走廊 (EEC) 的主要目标:

1. 将这些地区发展成为亚洲领先的经济体。
2. 发展基础设施。
3. 促进城市化发展。
4. 有助于激励投资者。
5. 支持高科技产业和旅游业。

(二) 东部经济走廊 (EEC) 的特区

泰国东部三府北柳府、春武里府、罗勇府是泰国经济最发达。是工业集和开发地区。

1. 北柳府 (Cha choengsao)

将城市化、社区、生活质量和环境提高到国际标准，建设高速铁路及区域内铁路复线和高速公路建设。

2. 春武里府 (Chon buri)

成为优质旅游景点，比如连接泰国湾两岸做出了芭堤雅-华欣 高速渡轮。还把春武里府成为主要旅游景点、会议中心、国际产品展览会、国际医疗中心和航空物流中心。春武里府还是教育和发展中心，是研究和创新发展之城，目前有三所大学和六所中等技术学院为了支持教育中心，劳动培训和国际技能开发中心为了满足未来的工业需求

3. 罗勇府 (Rayong)

成为高新技术产业的特别投资区，还是一流大学、国际学校、医院和医疗中心的聚集的中心。

4. 是拉差 (Sriracha) 和林查班 (LaemChabang)

将打造走廊内的三大码头：林查班深海港口是货物集装箱以及游客车辆集散地。林查班还成为印度支那的门户港口和亚洲地区的物流中心。

5. 芭堤雅 (Pattaya) 和棱桃邑 (Sattahip)

芭堤雅是优质旅游城市和商务旅游地区。商务方面是酒店，会议和国际贸易展览、饭店、游乐园和购物商店。医疗方面也有养老院和康复院

6. 乌塔堡 (Utapao)

将乌塔堡机场能够联通，并与泰国主要旅游景点相联结。升级乌塔堡机场，在 20 年时间内乌塔堡机场年旅客吞吐能力达到 3000 万人次。萨达西港口升级改造完成，能够接纳大型集装箱运输船和散装船。

对东部经济走廊中受益的工业类型进行分析和分类如下：

1. 物流：梭桃邑商业港口、林查班港口和曼他部港口的开发、建设连接三个机场（廊曼、素万那普和乌塔堡机场）的双轨铁路和高速列车、建设乌塔堡国际机场和高速公路。
2. 工业和贸易：汽车、智能电子、先进农业和生物技术、食品加工、医疗旅游、先进机器人、航空和物流、医疗中心、生物燃料和生化和数字技术。
3. 社区和旅游：春武里、罗勇和北柳府的城市发展，以促进旅游业，打造低碳智慧城市。

（三）东部经济走廊 EEC 的优势

1. 区域优势

东部经济走廊位于在大湄公河经济走廊和 21 世纪海上丝绸之路之间，陆上与柬埔寨、老挝、越南连接，海上则位于印度洋与西太平洋的海上航线中点位置，还是通往亚洲的门户。

2. 投资优势

泰国是东盟地区第二大经济体，且当地办公租赁成本与生活成本较低，工业园区数量多、规模大、设施完善。在政策优势方面，泰国政府及泰国投资促进委员会（BOI）对自主投资有具体的政策鼓励：

3. 现有基础设施

通过相互衔接的各种运输方式，将东部经济走廊内从上游至下游的产业供应链整合起来，并通过高速公路、高铁与泰国重点城市连接，通过港口、机场、铁路、公路衔接周边国家及连通全世界。

五、东部经济走廊（EEC）的投资优惠条件

泰国政府为了保证东部经济走廊规划的成功，从土地、税收、投资促进、审批等为投资者提供便利和优惠条件。比如，区域内企业所得税豁免延长至 15 年。公司管理层、投资者、专家可享受最高不超过 17% 的所得税税率。机械类产品进口免税，用于生产出口产品和研发产品的原料进口也免税。财政刺激目标行业，支持研发投资，创新和吸引高新产业人才。

在土地方面。泰国政府 BOI（泰国投资促进委员会）支持的项目将允许拥有土地。泰国政府还让外国投资者长期租用泰国土地的权利。外国企业第一次可以租用 30-50 年的商业或工业用地到期后可以在继续租不超过 50 年。

在税收方面。机械类产品进口免税，用于生产出口产品和研发产品的原料进口也免税。除了 BOI 企业法人所得税方面的见面之外，还包括：企业保税，在十年内运输、水费和电费一两培折算为企业开支。企业除了正常的折旧费外，25% 的基础费可以用于减税。

在劳动方面。泰国政府允许东部经济走廊投资企业聘用外籍劳工，允许外籍劳工进入泰国工作不超过 7 天，并将配合企业培训泰国和外籍劳工。

在政府对接方面。政府将在东部经济走廊建立综合服务中心，东部经济走廊的投资申请将在 40 天内审议批复。综合服务中心将对企业关于劳工、签证移民、公共卫生等方面的申请在 1 天内审议批复。同时政府也将设立东部经济走廊基金，为促进东部经济走廊建设的企业提供支持。

六、东部经济走廊(EEC)的因素和成功条件

东部经济走廊助力泰国调整实现“4.0”发展目标现在所倡导的“泰国 4.0”经济发展模式目的是彻底改变泰国现在的产业结构，将泰国打造成东盟地区领先的数字商业中心，实现基于价值创造的经济模式的转变，强调发展技术和创新型企业。泰国曾经在国家现代化过程中取得一定的成功，如工业化水平的提升、国民平均收入达到中等收入国家标准。是因为国家立法议会通过《东部特别经济开发区法》。该法涵盖为投资者提供非税收优惠权益，以及加快发放各种许可证等内容，是在政府通过基础设施建设和提供税收优惠权益来吸引对东部经济走廊（EEC）投资的努力之外，进一步建立民间投资者对大规模长期投资的信心的重要补充。对东部经济走廊的民间投资发现，外商投资者是主要投资者，尤其是被列入第一波 S 形曲线产业（First S-curve）的汽车产业和电子电器产业。相信短期至中期内外商投资者增强将有助于加快其对东部经济走廊的投资，尤其是具有进一步发展潜力的传统产业（第一波 S 形曲线产业），包括新一代汽车、智能电子和高端/保健旅游，可望拉动申请投资优惠的外商投资总额从 2017 年的 2,830 亿泰铢增加到 2022 年的 4,000 亿泰铢。为促进东部经济走廊的目标产业持续发展并取得成功，政府正在努力推动东部经济走廊的投资，包括：加快基础设施开发以满足贸易、投资和旅游发展需求，如连接三大机场的高铁、乌塔堡国际机场、廉差邦港和码达朴工业港口；提供税收优惠以吸引投资；以及通过东部经济走廊投资促进措施和以满足在东部经济走廊投资未来产业的需求。

现在日本企业是该地区的主要投资者，侧重投资汽车及零部件产业（乘用车组装、零件和配件）和电子元件产业。和中国企业出现扩大投资的信号，尤其是太阳能电池和太阳能电池板制造、金属零件制造、橡胶制品加工、塑料及塑料制品以及酒店。由此可见，外商投资者在东部经济走廊的投资大部分是第一波 S 形曲线产业。

民间和政府投资出现增长趋势，加上该地区劳动力的增加，特别是当地工业和生活对自来水和电力需求的上升，可能面临供应不足的挑战。东部经济走廊所在的北柳府、春武里府、罗勇府三府的供水可能无法满足持续上升的需求。目前东部经济走廊地区的电力供应可满足未来 10 年的电力需求。

泰国政府已在 2017 年启动了东部经济走廊计划下的两个项目，旨在提高和加强泰国先进产业的自行研发能力，减少对高成本的外国技术和创新的依赖。这两个项目是：位于罗勇府的东部经济走廊创新区（EECi）侧重于三种主要类型的创新研发；位于春武里府的东部经济走廊产业数字产业区（EECd）侧重于航天和数字产业研发。如要想成功吸引对东部经济走廊创新区（EECi）和数字产业区（EECd）项目的投资，需要有关各方的通力合作。政府应实施更多的非关税措施以促进未来产业的发展。同时民间部门应与有潜力的外商投资者合资，生产采用高新技术的产品，确保未来产业的可持续发展，并进行消化吸收，转化为泰国自主技术。

七、“一带一路”建设与泰国东部经济走廊对接的机遇

东部经济走廊是泰国未来发展战略的一部分，是泰国国家发展的阶段性目标和试点。泰国政府高度重视东部经济走廊，同时也提供了优惠的投资政策。东部经济走廊区域的链接作用，也为中国高科技企业进入东南亚提供了平台。中国与泰国良好的双边关系和政治、经济合作基础，为两国在东部经济走廊合作方面提供机遇。泰国东部经济走廊的建设，为泰中两国围绕“一带一路”的合作提供了一个新的平台。泰国政府在投入国家预算的同时也推行“政府和民间资本合作制”（PPP: Public—Private—Partnership）的合作模式，为社会资本参与东部经济走廊提供绿色通道。现阶段，中泰两国在东部经济走廊基础设施和相关配套设施建设方面合作潜力巨大，包括：乌塔堡机场扩建和建立航空中心项目、修建曼谷—罗勇高铁和升级东部地区复线铁路项目、林查班港口第三期建设项目等。

现在泰国曼谷及周边地区的素万那普国际机场和廊曼机场已经无法满足日益增长的需求，乌打抛机场开始成为曼谷主要的分流机场。同时，泰国东部经济走廊规划中，将进一步推动北榄、罗勇和春武里府的旅游业发展，预计游客数量每年将增加 1000 万人次，乘坐飞机前往芭提雅的游客人数也将大幅上升。现在乌塔堡机场已经开通多条国际航线，包括中国南宁、南昌、澳门等城市间的航线。乌塔堡机场的升级扩展，对泰国东部经济走廊地区的航空客运和物流有着至关重要的影响。泰国政府还将在依托乌塔堡机场建立地区航空枢纽，发展泰国飞机修理和航空人员培训等产业。泰国机场扩建和建设地区航空枢纽将为中国民航和通用航空行业拓展海外航运业务、建立海外合作基地、加强人员交流提供机遇。

东部经济走廊规划也使得区域内原有的交通物流基础设施还不够满足发展需求，所以泰国提出升级复线铁路和修建曼谷—罗勇高铁规划。复线铁路升级项目政府计划将原有的窄轨铁路全面升级为标准轨复线铁路，和与主要工业区、主要交通枢纽相连接，为东部经济走廊打造无间断的物流系统。曼谷—罗勇高铁项目建成将连接素万那普机场、廊曼机场和乌塔堡机场以及主要旅游目的地和人口密集城市的高铁线路。复线铁路和高铁方面，泰国还要对中国技术和资金依赖程度较高，这使中国企业获得快速参与泰国东部经济走廊基建项目的机遇。林查班港口是泰国最大的深水港，同时也是海上丝绸之路沿线重要的港口。林查班港口第三期建设项目建成后，林查班码头未来将作为区域内重要的港口，与马达普港口、萨达西港口共同成为东部经济走廊与海上丝绸

之路沿线国家连接的海上枢纽。这将为中国港口建设企业提供良好的机遇。未来的东部经济走廊“传统优势产业”和“未来产业”与“一带一路”的合作互补优势明显。包括新一代汽车制造业、数字化产业、自动化和机器人等行业。

八、总结

为了解决泰国的发展中，泰国政府通过推进 4.0 战略，将传统的农业种植模式升级为智能化农业，将传统的中小企业升级为智能型中小企业，将传统的服务业升级为具有高附加值的服务业。泰国政府提出发展的主要内容包括：1. 人力资源发展。希望提高人口素质为产业转型打造人力资本。2. 绿色增长。能把资源分配实现可持续发展。3. 提高竞争力。通过高科技技术创新升级泰国工业产业竞争力。4. 社会平等。降低社会和经济发展过程中的不平等问题，使社会发展促进国家发展。

为此，泰国推出了“东部经济走廊”计划。泰国东部经济走廊，指泰国在东部沿海的差春骚、春武里和罗勇三府设立的经济特区，旨在通过大力发展基础设施建设以及实行一系列投资优惠政策吸引高附加值产业到此落户。目前，“泰国 4.0”战略、“东部经济走廊”已成为泰国的关键词了。泰国政府还试图将二者与中国的“一带一路”倡议结合起来。

参考文献

CEO News. “东部经济走廊对泰国带来了什么” [online].

<https://ceoblog.co/eec-eastern-economic-corridor/> (2019/10/12)

付志刚. “泰国东部经济走廊蓄势待发” [online].

http://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2019-01/24/nw.D110000gmrb_20190124_2-12.htm (2019/10/12)

KopsakPutrakul. “曼谷商业” [online].

<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/638337> (2019/10/13)

SutthikedTadpitakkul. EEC 东部经济走廊. [J]. 投资期刊 2017, 28 (7) : 8

泰国网. “东部经济走廊 EEC” [online].

<https://sites.google.com/site/cathistoryeec/2-watthuprasngkh-thi-sakhay-ni-kar-phathna-khet-sersthkic-phises-eec/2-2-phunthi-pea-hmay> (2019/10/13)

泰国东部经济走廊官网查询图案 [online].

<http://cdncn.tgcondo.com/news?limit=6&limitstart=0> (2019/10/15)

Longtunman. “EEC 泰国东部经济走廊” [online]. <https://www.longtunman.com/3765> (2019/10/15)

新华网. “两条走廊与泰国 4.0 战略” [online].

http://www.xinhuanet.com/globe/2018-11/22/c_137601323.htm (2019/10/15)



	Name and Surname (姓名) : Chamaiporn Eksinserm
	Highest Education (最高学历) : Master of Arts (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 Languages - Chinese Business for Communication
	Address (地址) : 99 Moo 9 (Siharajdachochai Rd.), Mueang, Phitsanulok 65000

แนวโน้มการจัดจ้างผลิต OEM ในประเทศไทย

TREND OF ORIGINAL EQUIPMENT MANUFACTURER IN THAILAND

ณัฐกฤตา ให้นุช

NATKRITTA HAINOCH

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: bene.pattuta@gmail.com

Received: 13 March 2020 / Revised: 5 May 2020 / Accepted: 25 May 2020

บทคัดย่อ

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการ SME หันมาเลือกใช้บริการจัดจ้างผลิต OEM ที่สามารถให้บริการแบบครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบสินค้า การผลิตสินค้า การคิดกลยุทธ์ทางการตลาด การขนส่ง เป็นต้น ซึ่งเป็นที่ให้การยอมรับในเรื่องของคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน

แต่ในขณะเดียวกันธุรกิจจัดจ้างผลิต OEM เองก็ได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา – จีน รวมไปถึงการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือโควิด19 ซึ่งทั้ง 2 เหตุการณ์นี้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ทั้งสหรัฐอเมริกาและจีน จัดเป็นประเทศคู่ค้ารายใหญ่ของประเทศไทยทั้งสิ้น

ประเทศไทยได้รับผลกระทบจาก 2 เหตุการณ์นี้ทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ยังมองเห็นโอกาสในวิกฤตในการหาเส้นทางในการขยายธุรกิจจัดจ้างผลิต OEM ออกไปให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในประเทศและนอกประเทศมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: เอสเอ็มอี, โอเอ็ม, สงครามการค้าจีน - สหรัฐอเมริกา, โควิด19

ABSTRACT

Nowadays, Small and Medium Enterprises (SME) choose to use Original Equipment Manufacturer (OEM) that can provide One Stop Service. Whether the product design, Product manufacturing, Marketing strategy thinking Transportation etc. Which is acceptable in terms of quality products that are standard.

But at the same time, the Original Equipment Manufacturer (OEM) has also been affected by the US-China trade war, including the outbreak of a new strain of the corona virus, or Covid19, both of these events have a profound effect on the world economy. Especially in both the United States and China Considered to be a major trading partner country in Thailand.

Thailand has been affected by these 2 events, both directly and indirectly. opportunities in crisis to find a path to expand the OEM to become more known in Thailand and internationally.

Keywords: SME, OEM, China – United States trade war, Covid-19

สถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศไทย

ในอดีตประเทศไทยมีวิวัฒนาการทางด้านเศรษฐกิจผ่านโมเดลทางเศรษฐกิจแบบ 1.0, 2.0, และ 3.0 ก่อนที่จะเน้นไปที่โมเดล 4.0 ในปัจจุบัน โดยเศรษฐกิจแบบ 1.0 คือการเน้นระบบเศรษฐกิจแบบพัฒนาภาคการเกษตร เศรษฐกิจแบบ 2.0 คือการเน้นระบบเศรษฐกิจแบบพัฒนาอุตสาหกรรมเบา เศรษฐกิจแบบ 3.0 คือการเน้นระบบเศรษฐกิจการพัฒนาอุตสาหกรรมหนัก ส่วนเศรษฐกิจแบบ 4.0 คือการเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้นซึ่งการจะก้าวไปถึงจุดเปลี่ยนได้นั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องสร้างธุรกิจ และอุตสาหกรรมรูปแบบใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น สำหรับอุตสาหกรรมในประเทศไทยที่มีศักยภาพของประเทศไทย ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร อุตสาหกรรมขนส่ง อุตสาหกรรมการบิน อุตสาหกรรมเชื้อเพลิง อุตสาหกรรมเคมีชีวภาพ และอุตสาหกรรมดิจิทัล

เนื่องจากในปี 2562 เกิดภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว จากผลกระทบของสงครามทางการค้าระหว่างจีน – สหรัฐอเมริกาซึ่งถือเป็นสองมหาอำนาจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของประเทศที่พึ่งพาการส่งออกไปยังสองประเทศนี้อย่างประเทศไทยได้รับผลกระทบไปด้วย ต่อมาในปี 2563 เกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ โควิด-19 ผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมการผลิตประสบปัญหาการชะงักงันในการผลิต โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมที่จะต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศจีน ซึ่งได้รับฉายาว่าเป็น

โรงงานการผลิตของโลก (The World's Factory) ซึ่งเมื่อภาคอุตสาหกรรมในประเทศจีนจำเป็นต้องหยุดการผลิตในโรงงานแล้ว ย่อมกระทบกับยอดการผลิตและการส่งออกจากภาคอุตสาหกรรมทั่วโลก โดยเฉพาะกับประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทยที่ระบบเศรษฐกิจจำต้องพึ่งพาการค้าระหว่างประเทศเป็นสำคัญ

ประเภทธุรกิจ OEM ในประเทศไทย

OEM หรือ (Original Equipment Manufacturer) คือ ผู้รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทที่จะไปขายในแบรนด์ของตัวเอง โดยโรงงานประเภทนี้จะรับจ้างผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ต่าง ๆ ตามแบบที่ลูกค้ากำหนดนำไปสู่สินค้าสำเร็จรูป (Finished Goods) หรือสินค้าในแบรนด์ของลูกค้านั่นเอง โดยการใช้กระบวนการผลิตของโรงงานตั้งแต่ฝ่ายผลิต เครื่องจักรต่าง ๆ ที่มีความทันสมัยสำหรับการผลิต ซึ่งทำให้ลูกค้าที่มาจ้างโรงงานผลิตนั้นสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีโรงงานหรือเครื่องจักรในการผลิตเป็นของตัวเอง จึงเป็นการลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ และให้ผลตอบแทนที่ดี สำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในยุค 4.0 ที่ต้องการก้าวเข้าสู่การเป็นเจ้าของแบรนด์โดยใช้เงินลงทุนจำนวนไม่มาก หรือมีโรงงานผลิตสินค้าเป็นของตัวเอง สามารถเลือกใช้บริการ OEM จากโรงงานที่รับสร้างแบรนด์แบบครบวงจรได้ เนื่องจากบริษัทที่รับผลิต OEM มีเครื่องจักรนำเข้าจากต่างประเทศ มีทีมนักวิจัยมีประสบการณ์ ทางบริษัทเป็นผู้ดำเนินการผลิตสินค้ารวมถึงเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ สอนท่าตลาดต่างประเทศ สอนการตั้งเรทราคา สอนเรื่องการทำโฆษณาในออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้สินค้ามีเอกลักษณ์ แตกต่างจากสินค้าที่อยู่ในตลาด โดยจัดหาตลาดส่งออกเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2562 โรงงานรับจ้างผลิตสินค้า OEM ในประเทศไทยที่น่าสนใจ ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องสำอางอุตสาหกรรมเครื่องประดับ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

ตารางสินค้าส่งออกสำคัญ 15 รายการแรกของไทย ปี 2561 – 2563 (ม.ค. – มี.ค.)

ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านบาท				อัตราการขยายตัว(%)			
	2561	2562	2563		2561	2562	2563	2561
			(ม.ค.-มี.ค.)	(ม.ค.-มี.ค.)		(ม.ค.-มี.ค.)	(ม.ค.-มี.ค.)	(ม.ค.-มี.ค.)
- รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	927,501.3	844,940.9	226,939.7	188,258.9	1.44	-8.90	-1.47	-17.04
- อัญมณีและเครื่องประดับ	383,976.7	486,217.5	99,935.7	165,063.0	-11.71	26.63	-1.96	65.17
- เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	633,150.2	564,587.7	134,071.6	140,215.5	1.32	-10.83	-15.28	4.58
- ผลิตภัณฑ์ยาง	353,442.9	347,762.0	87,909.3	90,046.4	1.89	-1.61	7.01	2.43
- เม็ดพลาสติก	330,156.1	284,262.1	72,846.6	58,558.2	12.47	-13.90	-7.66	-19.61
- เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	262,831.5	226,336.6	58,197.6	54,385.3	2.57	-13.89	-13.39	-6.55
- น้ำมันสำเร็จรูป	298,921.3	227,501.4	58,591.4	53,931.0	23.34	-23.89	-9.03	-7.95
- เคมีภัณฑ์	294,215.4	235,326.2	65,027.4	53,491.1	16.60	-20.02	-7.40	-17.74
- เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	171,487.7	171,126.8	48,287.6	52,958.9	4.63	-0.21	-7.09	9.67
- แผงวงจรไฟฟ้า	267,101.0	235,124.3	58,033.6	52,226.1	-4.49	-11.97	-11.54	-10.01
- เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	201,010.9	172,347.9	46,809.4	46,876.3	6.89	-14.26	-3.95	0.14
- เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ	168,465.5	139,103.1	37,885.3	38,249.3	15.28	-17.43	-20.45	0.96
- อากาศยาน ยานอวกาศ และส่วนประกอบ	29,989.5	25,728.0	5,386.5	37,431.2	-30.17	-14.21	-34.20	594.90
- ผลิตภัณฑ์พลาสติก	137,029.4	129,992.6	32,490.0	31,776.6	3.79	-5.14	-1.79	-2.20
- ยางพารา	147,343.4	128,493.0	33,862.4	31,587.5	-27.97	-12.79	-9.41	-6.72
รวม 15 รายการ	4,606,622.6	4,218,850.1	1,066,274.3	1,095,055.2	1.85	-8.42	-6.95	2.70
อื่น ๆ	3,501,677.1	3,408,812.9	895,256.2	808,101.3	0.52	-2.65	3.89	-9.74
รวมทั้งสิ้น	8,108,299.7692	7,627,663.1	1,961,530.5	1,903,156.5	1.27	-5.93	-2.30	-2.98

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

จากตารางสินค้าส่งออกสำคัญ 15 รายการแรกของไทยแสดงให้เห็นว่าระยะเวลา 4 ปี สินค้าที่ประเทศไทยส่งออกมากที่สุด 3 อันดับแรกคืออุปกรณ์และส่วนประกอบรถยนต์อัญมณีและเครื่องประดับ อุปกรณ์และส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ (กรมการค้าไทย, [ออนไลน์], 2019)

ตาราง ตลาดส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศทั่วโลก ปี 2561 – 2563 (ม.ค - มี.ค.)

ประเทศ	มูลค่า : ล้านบาท				อัตราขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2561	2562	2562 (ม.ค.-มี.ค.)	2563 (ม.ค.-มี.ค.)	2561	2562	2562 (ม.ค.-มี.ค.)	2563 (ม.ค.-มี.ค.)	2561	2562	2562 (ม.ค.-มี.ค.)	2563 (ม.ค.-มี.ค.)
สหรัฐอเมริกา	899,154.1	971,074.7	277,247.5	259,580.7	0.04	8.00	31.44	-6.37	11.09	12.73	14.13	13.64
จีน	971,437.0	902,273.8	211,567.9	201,697.2	-2.66	-7.12	-10.77	-4.67	11.98	11.83	10.79	10.60
ญี่ปุ่น	799,342.8	760,837.9	202,684.4	184,022.9	7.08	-4.82	-1.83	-9.21	9.86	9.97	10.33	9.67
ฮ่องกง	401,767.8	362,823.5	86,519.8	93,623.2	-3.48	-9.69	-13.99	8.21	4.96	4.76	4.41	4.92
เวียดนาม	416,158.6	375,227.5	97,874.0	86,599.4	6.38	-9.84	5.50	-11.52	5.13	4.92	4.99	4.55
อินโดนีเซีย	328,290.4	281,752.1	72,927.9	85,519.9	9.61	-14.18	-9.20	17.27	4.05	3.69	3.72	4.49
สิงคโปร์	298,484.9	273,912.9	62,650.0	83,886.6	6.18	-8.23	-11.30	33.90	3.68	3.59	3.19	4.41
ออสเตรเลีย	345,231.0	317,046.8	79,799.1	74,267.2	-2.81	-8.16	-10.51	-6.93	4.26	4.16	4.07	3.90
มาเลเซีย	373,609.3	324,063.7	85,630.2	63,396.1	6.79	-13.26	-3.74	-25.97	4.61	4.25	4.37	3.33
สวีเดน	76,595.9	164,238.5	30,407.3	62,117.4	-44.71	114.42	10.57	104.28	0.94	2.15	1.55	3.26
กัมพูชา	244,618.5	220,974.9	52,406.4	61,347.9	36.60	-9.67	1.08	17.06	3.02	2.90	2.67	3.22
อินเดีย	244,360.0	227,632.5	63,887.5	54,153.7	11.59	-6.85	0.83	-15.24	3.01	2.98	3.26	2.85
ฟิลิปปินส์	253,722.5	214,301.0	54,679.4	47,396.5	7.98	-15.54	-8.75	-13.32	3.13	2.81	2.79	2.49
เมียนมา	148,185.6	135,181.0	36,051.0	35,970.9	1.40	-8.78	-2.86	-0.22	1.83	1.77	1.84	1.89
เยอรมนี	165,343.5	140,563.1	37,653.6	35,426.7	-3.05	-14.99	-9.83	-5.91	2.04	1.84	1.92	1.86
รวม 15 รายการ	5,966,302.1	5,671,903.7	1,451,986.1	1,429,006.3	2.43	-4.93	-4.44	-1.58	73.58	74.36	74.02	75.09
อื่น ๆ	2,141,997.7	1,955,759.4	509,544.5	474,150.2	-1.81	-8.69	-7.23	-6.95	26.42	25.64	25.98	24.91
รวมทั้งสิ้น	8,108,299.8	7,627,663.1	1,961,530.5	1,903,156.5	1.27	-5.93	-2.30	-2.98	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

จากตารางตลาดส่งออกสินค้า 15 อันดับแรกของประเทศไทยแสดงให้เห็นว่า ระยะเวลา 4 ปี 3 อันดับแรกที่ประเทศไทยส่งออกสินค้ามากที่สุดคือสหรัฐอเมริกา จีน และญี่ปุ่น ซึ่งถือเป็นผู้ค้ารายใหญ่ของธุรกิจในประเทศไทย (กรมการค้าไทย, [ออนไลน์], 2019)

เนื่องจากในปี 2562 สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ส่งผลมูลค่าการส่งออกของไทยบางรายการลดลง เนื่องจากสำนักงานศุลกากรและพิทักษ์ชายแดนของสหรัฐฯ เริ่มเก็บภาษี 25% จากสินค้าจีน 818 รายการคิดเป็นมูลค่ารวม 34,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเครื่องจักร ชิ้นส่วน และอุปกรณ์ในอุตสาหกรรมพลังงาน จีนได้ตอบโต้ด้วยการเก็บภาษีสินค้าจากสหรัฐฯ จำนวน 545 รายการ โดยสินค้าที่เข้าข่ายการเก็บภาษีเป็นสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์จากทะเล และรถยนต์ คิดเป็นมูลค่า 34,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เท่ากัน หลังจากนั้นสหรัฐฯ ก็มีการใช้มาตรการต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการเก็บภาษีควบคู่ไปกับการกดดันทางอ้อม เช่น การเพิ่มรายชื่อบริษัทของจีน 44 แห่งที่มีความเสี่ยงต่อความมั่นคงของชาติ การใช้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองการค้าที่เป็นธรรม รวมถึงการจัดให้บริษัทหัวเหว่ยอยู่ในรายชื่อบริษัทที่ห้ามใช้เทคโนโลยีจากบริษัทสหรัฐฯ โดยไม่ได้รับการอนุมัติจากรัฐบาล เป็นต้น (เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว, [ออนไลน์], 2019) ประเทศในเอเชียส่วนใหญ่ที่มูลค่าส่งออกลดลงมากล้วนเป็น Supply Chain สำคัญของจีน และ/หรือพึ่งพาการส่งออกไปจีนในสัดส่วนสูง โดยเฉพาะในสินค้าอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งไทยก็ได้รับผลกระทบเช่นกันเนื่องจากพึ่งพาการส่งออกไปจีน 11% (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, [ออนไลน์], 2019)

ต่อมาในปี 2563 เกิดโรคระบาดโควิด-19 ที่มีแหล่งกำเนิดมาจากประเทศจีน เมืองอู่ฮั่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อไปทั่วโลก รวมไปถึงการชะลอการผลิตในภาคอุตสาหกรรมทั่วโลก จากการกักตัวอยู่ที่บ้าน เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ทำให้ไม่มีแรงงานมาดำเนินการผลิตได้ รายได้ครัวเรือนลดลง ประชาชนต้องสำรองเงินเพื่อเตรียมนำออกมาใช้ในยามจำเป็น สินค้าหลายอย่างจึงถูกละเว้นการจำหน่ายไปในช่วงนี้ นอกจากนี้ในอีกหลายประเทศที่มีการระบาดรุนแรง ตัดสินใจเลือกปิดประเทศเพื่อ ส่งผลให้เกิดการถดถอยทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง

จากสองเหตุการณ์สำคัญนี้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงคือมูลค่าการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาและจีนลดลงเนื่องจากต้องเสียภาษีในมูลค่าที่สูงขึ้น ทางอ้อมคือบางประเทศย้ายฐานการผลิตออกจากประเทศจีนมาสู่ประเทศไทยแทน เพื่อเลี่ยงภาษีที่ในจำนวนที่สูง ทำให้ประเทศไทยมีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจ OEM รับจ้างผลิตสินค้า แต่หลังจากการระบาดของโควิด19นี้ ทำให้ประเทศไทยช่วงต้นปีการส่งออกสินค้าลดลงอย่างมากเนื่องจากนโยบายการปิดประเทศของจีน ทั้งการส่งออกของจีน เองก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน

แนวโน้มของการจัดจ้างผลิตOEM ในประเทศไทย

ผู้รับจ้างผลิต” หรือ “OEM” (original equipment manufacturer) ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการเอสเอ็มอีของไทยที่ได้รับความไว้วางใจจากบริษัทยักษ์ใหญ่ทั่วโลกโดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์และอากาศยาน กลุ่มเครื่องสำอาง กลุ่มชิ้นส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กลุ่มแฟชั่นเครื่องหนัง และกลุ่มบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ส่งผลให้ประเทศไทยกลายเป็น “ศูนย์กลาง OEM” และรายการสินค้าส่งออก เป็นสินค้าในอุตสาหกรรมธุรกิจจัดจ้างผลิต OEMเป็นลำดับต้นๆ เนื่องจาก

1. คุณภาพ (Quality) ผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ สินค้าได้รับการรับรองตามมาตรฐาน GMP, CGMP, FDA, ISO เป็นต้น
2. ต้นทุน (Cost) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ไปเพื่อดำเนินการผลิตหรือบริการ เริ่มตั้งแต่การออกแบบการผลิต การตรวจสอบ การจัดเก็บ การขนส่ง และการส่งมอบลูกค้า ทางบริษัทจะคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสมให้กับความต้องการของลูกค้า
3. การส่งมอบ (Delivery) ทางบริษัทส่งของตามที่กำหนดไว้ตรงเวลาและมีจำนวนครบถ้วน
4. ความปลอดภัย (Safety) การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายกับพนักงาน ซึ่งส่งผลให้มีความมั่นใจในการปฏิบัติงาน หรือหมายถึงการป้องกันการสูญเสียจากอุบัติเหตุ คือการบาดเจ็บ เจ็บป่วย ทรัพย์สินเสียหายและความสูญเสียเนื่องจากกระบวนการผลิต
- 5.ขวัญและกำลังใจในการทำงาน (Morale) ความสำคัญของขวัญและกำลังใจ สามารถทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ จงรักภักดีต่อองค์กร มีความสามัคคี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ นำไปสู่จุดมุ่งหมายที่องค์กรกำหนดไว้
6. สิ่งแวดล้อม (Environment) การผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน การใช้เทคโนโลยีที่สะอาดในการผลิต และการจัดการระบบสิ่งแวดล้อม เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต จะช่วยลด

ค่าใช้จ่ายสำหรับการบำบัดของเสียต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต รวมทั้งใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า
ว่าจะให้ต้นทุนลดลง และมีกำไรเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มผลผลิตของธุรกิจ สังคม และประเทศชาติ

7. จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ (Ethics) การดำเนินธุรกิจโดยไม่เอาเปรียบและมีความซื่อสัตย์ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง คือ ลูกค้า ผู้จัดหาสินค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่แข่ง ภาครัฐ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ผลจากเหตุการณ์สำคัญคือสงครามการค้าสหรัฐ - จีน และการระบาดของโรคโควิด-19 ต่อธุรกิจจัดจ้างผลิต OEM

ผลกระทบด้านแรก คือ การขยายตัวของธุรกิจจะชะลอตัวลงจากยอดของการส่งออกลดลง

ผลกระทบด้านที่สอง คือ ด้านการลงทุน อาจมีนักลงทุนเลือกย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทย เพราะประเทศไทยเองก็มีความชำนาญในอุตสาหกรรมหลายประเภท

ผลกระทบด้านที่สาม คือ คู่แข่งของห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากนักลงทุนเองก็สามารถตัดสินใจเลือกประเทศอื่นได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นเวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย เป็นต้น มีการแยกผลิตตามความได้เปรียบด้านต้นทุนในการผลิตของประเทศ ผู้ผลิตในประเทศใดประเทศหนึ่งอาจโดนแทนที่ด้วยผู้ผลิตในประเทศอื่นที่มีความได้เปรียบมากกว่า

ผลกระทบด้านที่สี่ คือ การจ้างงานและการกระจายรายได้ การชะลอตัวทางเศรษฐกิจจากการค้าการลงทุนที่ลดลง ส่งผลต่อการจ้างงานให้ลดลงจากการหดตัวของภาคธุรกิจ และนโยบายการกักตัวเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

วิสาหกิจขนาดย่อมโดยรวมทุกกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบในการดำเนินงานเป็นปัญหาในด้านเศรษฐกิจชะลอตัว รองลงมาเป็นต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น มีคู่แข่งในอุตสาหกรรมมากขึ้น และขาดเงินทุนและเงินหมุนเวียนการมีธุรกิจจัดจ้างผลิต OEM ขึ้นมาจึงสามารถสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีไอเดียในการทำธุรกิจ ในต้นทุนที่ไม่สูงมาก สามารถพัฒนาและต่อยอดไอเดียของผู้ประกอบการให้สำเร็จได้ อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้รับจ้างผลิตเองจะได้รับการยอมรับต้องมีความโปร่งใสในการบริหารงาน จัดการ เพื่อสร้างความมั่นใจและน่าเชื่อถือ ที่สำคัญต้องมีการทำสัญญาระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างผลิตในด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และลิขสิทธิ์ตราสินค้าเพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดด้วยการรับจ้างผลิตแบบ OEM เป็นอีกหนึ่งทางเลือกหนึ่งสำหรับใครที่มองหาโอกาสการเริ่มต้นธุรกิจ หรือเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กได้โดยไม่ต้องมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้นจำนวนมากนัก ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์มากมาย แต่มีใจที่จะอุทิศตน ทำงานหนัก มีความพยายาม มีการวางแผนการตลาดดี ๆ ก็มีศักยภาพในการทำกำไรและ ประสบความสำเร็จได้ในขณะเดียวกัน การจะค้นหาผู้รับจ้างผลิตที่ดีมีคุณภาพก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย ผู้ว่าจ้างก็ต้องมีการศึกษาหาความรู้ การเลือกใช้บริการผู้รับจ้างที่มีความเชี่ยวชาญ โดยกลุ่มผู้รับจ้างผลิตเองก็ต้องมีความโปร่งใสในการบริหารงาน สามารถนำเสนอรายละเอียดของบริษัทมาแสดง ทั้งในด้านกลุ่มสินค้าที่รับผลิต รายได้ต่อปี และสัดส่วนตลาดส่งออกไปประเทศไหนบ้าง เพื่อสร้างความมั่นใจและน่าเชื่อถือมากขึ้น รวมทั้งด้านโรงงานผลิตเองได้รับ

มาตรฐานการผลิตระดับสากลรองรับ เช่น GMP, ISO, HACCP, HALAL หรือไม่ และที่สำคัญต้องมีการทำสัญญาระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างผลิตในด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและลิขสิทธิ์ตราสินค้าเพื่อไม่ให้มีการละเมิดลิขสิทธิ์

ดังนั้น หากกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีไอเดีย มีเงินทุน อยากเป็นเจ้าของธุรกิจอยากมีแบรนด์สินค้าของตัวเอง มีแนวโน้มที่จะใช้บริการจากบริษัทผู้รับจ้างผลิตเหล่านี้ เนื่องจากสามารถลดต้นทุนการผลิต ลดระยะเวลาการพัฒนาสินค้า และความเสี่ยงของการขาดทุนทางการค้าหรือการล้มละลายได้ รูปแบบธุรกิจมีความยืดหยุ่นสามารถพลิกแพลงเปลี่ยนรูปแบบสินค้าได้ตามกระแสความต้องการในสังคมปัจจุบัน จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการตั้งต้นธุรกิจได้รวดเร็ว โดยผู้ลงทุนจะได้มีเวลาในการวางแผนการตลาดอย่างเต็มที่ ไม่ต้องกังวลเรื่องตั้งโรงงานหรือหาซัพพลายเออร์ จะทำให้เกิดความคล่องตัวในการบริหาร ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ เรียกได้ว่า OME รับสร้างแบรนด์ เป็นการสร้างอาชีพให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่และการกระตุ้นให้เศรษฐกิจของไทยขยายตัวได้

แนวทางการแก้ปัญหา

วิกฤตในโอกาสของการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกนี้ คือหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต้องร่วมกันหามาตรการจูงใจที่เหมาะสมมาดึงดูดเม็ดเงินลงทุนที่ขาดความเชื่อมั่นในการลงทุนในประเทศจีน หรือสหรัฐ โดยอิงจากประเภทธุรกิจที่ไทยมีการส่งออกมากที่สุด อย่างอุปกรณ์ชิ้นส่วนยานยนต์ เวชภัณฑ์ อุปกรณ์ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ต้องดึงดูดให้เข้ามาลงทุน หรือย้ายฐานการผลิตมาในประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาวได้ดีที่สุด ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีคู่แข่งของธุรกิจจัดจ้างผลิต OEM อย่าง เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย เป็นต้น มีการแยกผลิตตามความได้เปรียบด้านต้นทุนในการผลิตของประเทศ ผู้ผลิตในประเทศใดประเทศหนึ่งอาจโดนแทนที่ด้วยผู้ผลิตในประเทศอื่นที่มีความได้เปรียบมากกว่า นี่จึงเป็นอีกภาระกิจหนึ่งที่ธุรกิจจัดจ้างผลิต OEM ต้องพยายามอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้โด่งดังมาพอที่จะมีแรงดึงดูดจากนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บรรณานุกรม

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (21 กุมภาพันธ์ 2561)“โออีเอ็ม” [ออนไลน์],

<https://th.wikipedia.org/wiki/โออีเอ็ม/> (9 ตุลาคม 2562)

Greedisgoods. (7 ตุลาคม 2562)“OEM คืออะไร มารู้จักกับสินค้า OEM ใช้ของแท้หรือเปล่า”

[ออนไลน์], <https://greedisgoods.com/oem-คือ-อะไร/> (9 ตุลาคม 2562)

Modren Manufacturing. (12 มีนาคม 2563) “การปรับตัวของ OEM สู่การสร้างกำไรระยะยาว”

[ออนไลน์], <https://www.mmthailand.com/transformation-oem-obm-thai-sme/> (24 มีนาคม 2563)

- Money Buffalo.(22 พฤษภาคม 2562) “จุดเริ่มต้นของความขัดแย้งอเมริกา – จีน” [ออนไลน์],
<https://www.moneybuffalo.in.th/ธุรกิจและเศรษฐกิจ/ขัดแย้ง-อเมริกา-จีน-trade-war>
 (24 มีนาคม 2563)
- กรุงเทพธุรกิจ.(25กรกฎาคม2562) “สงครามการค้าสหรัฐ – จีน กับผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย”
 [ออนไลน์], <https://www.bangkokbiznews.com/recommended/detail/1522>
 (24 มีนาคม 2563)
- The Bangkok Insight. (24 สิงหาคม2562) “สงครามการค้าสหรัฐ - จีน ผลต่อไทย”[ออนไลน์],
<https://www.thebangkokinsight.com/194386/> (24 มีนาคม 2563)
- RYT9. (2 ธันวาคม2562) “บทความพิเศษ: สงครามการค้า ใครเจ็บมาก...เจ็บน้อยกว่ากัน”
 [ออนไลน์], <https://www.ryt9.com/s/exim/3073386> (24 มีนาคม 2563)
- โพสต์ทูเดย์.(24 มีนาคม 2563)“ผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์จากไวรัสโควิด19” [ออนไลน์],
<https://www.posttoday.com/finance-stock/columnist/618563> (10 เมษายน 2563)
- เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์. (20 เมษายน 2560)“โรงงานผลิตและส่งออกเสื้อผ้ากีฬารายใหญ่สุดของไทย
 และแบรนด์ดังระดับโลก เผยความลับเพราะเหตุใด ยอดผลิตไม่เคยตก”[ออนไลน์],
https://www.sentangsedtee.com/uncategorized/article_30823 (30 เมษายน 2563)
- Praew.com. (15 เมษายน 2561)“จีวเอร์ไทย ดึงไกลต่างชาติ เผยทริคธุรกิจ OEM” [ออนไลน์],
<https://praew.com/people/exclusive-talk/178002.html> (30 เมษายน 2563)
- สร้างอาชีพ. (28 เมษายน 2562)“7OEMสร้างแบรนด์-SMEสร้างอาชีพผลิตสินค้าคุณภาพเยี่ยม”
 [ออนไลน์], <http://www.sangarcheep.com/magazines/?p=7289> (30 เมษายน 2563)
- ธนาคารกรุงเทพ. (28 พฤษภาคม 2562) “เปิดคัมภีร์ OEM อยากเป็นเจ้าของแบรนด์สินค้า”
 [ออนไลน์], <https://www.bangkokbanksme.com/en/21978> (30 เมษายน 2563)
- กรมการค้าไทย. (11ธันวาคม2562) “สินค้าส่งออกสำคัญของไทย”[ออนไลน์],
<http://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx> (30 เมษายน 2563)
- กรมการค้าไทย. (11 ธันวาคม 2562) “ตลาดส่งออกสำคัญของไทยรายประเทศ”[ออนไลน์],
<http://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx> (30 เมษายน 2563)



	Name and Surname (姓名) : NATKRITTA HAINOCH
	Highest Education (最高学历) : M.A. (Chinese Business for Communication)
	University or Agency (任职院校或单位) : Huachiew Chalermparkiet University
	Field of Expertise (专业领域) : - Tourism Management - Chinese Business for Communication
	Address (地址) : 205/133 Citysense Village, Rama 2, Thakham Sub-district, Bangkhuntian District, Bangkok, 10150 Thailand



การวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยและแนวโน้มของผู้บริโภคชาวจีน

AN ANALYSIS OF THE THAI COSMETIC INDUSTRY
AND THE TENDENCIES OF CHINESE CONSUMERS

ปรัชญา ดิลกศรี

PRACHAYA DIROKSRI

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: Prachpp9@gmail.com

Received: 1 April 2020 / Revised: 29 April 2020 / Accepted: 30 April 2020

บทคัดย่อ

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางของไทยถือเป็นสินค้าและของฝากที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ถูกกล่าวถึงเป็นอย่างมากในโลกออนไลน์ของประเทศไทย เมื่อนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมายังประเทศไทยก็มักจะนิยมซื้อกลับไปยังประเทศของตนเอง เพราะผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางของไทยเป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูงมากนัก อีกทั้งยังมีคุณภาพดี และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่บ่งบอกถึงความเป็นไทย และในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อที่ค่อนข้างสูง และเป็นกลุ่มคนที่ใส่ใจในการดูแลสุขภาพ พวกเขาจึงเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับรสนิยมของตนเอง เครื่องสำอางไทยจึงตอบใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก ถือเป็นโอกาสที่ดีที่ผู้ประกอบการและแบรนด์ของไทยจะได้เรียนรู้และใช้โอกาสนี้เป็นช่องทางในการขยายโอกาสทางการค้าและทำธุรกิจกับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว, เครื่องสำอาง, ของฝากของไทย

ABSTRACT

Thai cosmetic and skincare are one of the most popular souvenirs that are highly frequently mentioned on the internet in China. When the Chinese tourists travel to Thailand, they usually purchase the products back to China because their price is reasonable and affordable with high quality that uniquely represents Thainess. Nowadays, the Chinese tourists possess a relatively high purchasing power and pay attention to taking good care of their health, so they choose to use the quality products that suit their taste. The Thai cosmetics, therefore, respond to the customers' need very well, which can be potentially a

golden opportunity for those entrepreneurs of the Thai brands to better learn and extend trading channels in doing business with the Chinese tourists.

Keywords: Skincare , Cosmetic , Thai souvenir

ประเทศไทยถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมที่ชาวจีนให้ความสนใจเป็นอย่างมากเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สวยงามอาหารการกินที่อุดมสมบูรณ์ทั้งยังมีต้นทุนในการท่องเที่ยวที่ไม่สูงนักนอกจากนี้ประเทศไทยยังมีสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เป็นที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการในประเทศจีนเพราะมีราคาถูกและมีคุณภาพดีในแต่ละปีจึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางมายังประเทศไทยและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมากช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ฟื้นตัวและคาดการณ์ว่าในปี 2020 เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะสร้างรายได้มูลค่ารวมกว่าสองล้านล้านบาท

อุตสาหกรรมสุขภาพและความงามเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมของโลกที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีมูลค่าสูงถึง 900,000 ล้านบาท โดยสภาอุตสาหกรรมระบุว่าในแต่ละปีจะมีอัตราการเจริญเติบโตไม่ต่ำกว่า 15-20 % ในขณะที่ในประเทศไทยมีมูลค่ายอดขายรวมไม่ต่ำกว่า 3 แสนล้านบาทในปี 2561 เติบโตเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่า 10% โดยแบ่งออกเป็นมูลค่าของตลาดในประเทศ 1.8 แสนล้านบาทและอีก 1.2 แสนล้านบาทเป็นมูลค่าของการส่งออกซึ่งเป็นมูลค่าที่สูงที่สุดในบรรดา 10 ประเทศของ AEC โดยมีตลาดส่งออกหลักที่สำคัญได้แก่อาเซียน ญี่ปุ่น และจีน (วรวิทย์ ศิริพากย์, [online] , 2561)

ทั้งนี้ตัวเลขอุตสาหกรรมความงามปี 2561 พบว่าภาพรวมอุตสาหกรรมความงามโดยรวมเติบโต 7.3% มูลค่ารวม 1.92 แสนล้านบาทแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (skincare) 45% , ผลิตภัณฑ์ผม (hair) 16% , เครื่องสำอาง (makeup) 13% , ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดร่างกาย (hygiene) 9% , น้ำหอม (fragrance) 4% ส่วนตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (skincare) เติบโต 7.9% มูลค่ารวม 8.65 หมื่นล้านบาทแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า 82% , ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย 12% , ผลิตภัณฑ์กันแดด 6% ขณะที่ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (makeup) เติบโต 8.5% มูลค่ารวม 2.48 หมื่นล้านบาทแบ่งเป็นเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า 56% , เครื่องสำอางสำหรับริมฝีปาก 26% , เครื่องสำอางสำหรับดวงตา 17% , เครื่องสำอางสำหรับเล็บ 1% ส่วนตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผม (hair) เติบโต 2.7% มูลค่ารวม 3.11 หมื่นล้านบาท แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม 82% , ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผม 12.5% , ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม 4.3% , ผลิตภัณฑ์ยืด / ตัดผม 1.2%

รวมถึงการที่รัฐบาลเร่งผลักดันร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก 4 ด้าน ได้แก่ ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) ทั้งหมดนับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่บ่งชี้ถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมสุขภาพและความงาม

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความงามและเครื่องสำอางค์ถึงแม้จะไม่ได้ประสบความสำเร็จในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย แต่ก็สามารถเข้าถึงและประสบความสำเร็จในกลุ่มลูกค้าชาวจีน จนเป็นสินค้าของฝากยอดนิยมที่ชาวจีนให้ความสนใจและมักจะซื้อกลับไปยังประเทศของตนเอง จนสามารถสร้างรายได้สู่ประเทศได้อย่างมหาศาล

การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางค์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ประเทศไทยเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจะซื้อของฝากติดไม้ติดมือกลับไปยังประเทศของตนเอง รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ฟื้นตัว และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้เป็นจำนวนมาก จากการสำรวจพบว่ารายได้ 25% จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจีนมาจากการซื้อแป้ง และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากชาวจีนมากที่สุดได้แก่ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสมุนไพรงานหัตถกรรมเครื่องสำอางเป็นต้น

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางหนึ่งในของฝากยอดนิยมที่ชาวจีนมักจะซื้อกลับไปทั้งที่ซื้อกลับไปใช้เอง และซื้อกลับไปเป็นของฝาก โดยเฉพาะเครื่องสำอางที่ทำมาจากธรรมชาติมีกลิ่นหอมเป็นที่นิยมของชาวจีนเป็นอย่างมากเช่นครีมที่ทำมาจากน้ำมันหรือสารสกัดจากธรรมชาติที่ปราศจากสารเคมี เนื่องจากผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีราคาที่ไม่สูงมากนัก อีกทั้งยังมีคุณภาพที่ได้มาตรฐานกับสรรพคุณที่ยอดเยี่ยม ทำให้ชาวจีนที่มาเที่ยวประเทศไทยนิยมซื้อกลับไปเป็นจำนวนมาก (มาเก็ตเียร์, [online] , 2561)

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังประเทศไทยนั้นเป็นกลุ่มคนชนชั้นกลาง และคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังในการบริโภคที่ค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจของ China International Travel Monitor ที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนยุค Millennial (ผู้ที่เกิดหลังปี1990 เป็นต้นไป) มีการใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นถึง 80% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา กลุ่มคนเหล่านี้มีวิถีชีวิตที่ทันสมัย ให้ความสำคัญในคุณภาพของสินค้าและใส่ใจในเรื่องของสุขภาพกับความสวยงาม กลุ่มคนเหล่านี้จึงให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพ และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามที่ตรงกับรสนิยมของตนเอง ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มความงามและเครื่องสำอางของไทยจึงตอบโจทย์กลับกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อเหล่านี้เป็นอย่างมาก (จุฑาทิพย์ ทิพย์เหรียญ, [online] , 2559)

เทรนด์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางไทยที่ได้รับความนิยมจากชาวจีน

ในปัจจุบันนี้โลกของเรากำลังเข้าสู่สังคมของการดูแลสุขภาพ พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงมีการเปลี่ยนแปลง และเริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางก็เป็นอีก 1 แนวทางในการดูแลสุขภาพที่ผู้คนยุคใหม่ให้ความสนใจเพราะนอกจากจะช่วยในการบำรุงและปกป้องผิวจากมลภาวะเสริมสร้างบุคลิกภาพและความมั่นใจ อีกทั้งยังสามารถช่วยให้เราผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ทำให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางที่ได้รับความนิยมได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ , ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมเฉพาะตัว , ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชาย และ ผลิตภัณฑ์แบบ All in one

1. ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติหรือผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางออร์แกนิกก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติไม่มีสารเคมีเจือปนหรือจนปนน้อยมากในปริมาณที่ไม่เกิน 10% และปราศจากสารพาราเบน ที่เป็นสารกันบูดประเภทหนึ่ง ที่สามารถก่อให้เกิดโรคมะเร็งได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกนั้นปราศจากสารเคมี หรือเจือปนในปริมาณที่น้อยมาก จึงไม่ทิ้งสารตกค้างไว้ตามผิวหนัง ปลอดภัยต่อร่างกาย อ่อนโยนต่อทุกสภาพผิว ไม่ก่อให้เกิดความระคายเคืองและไม่ก่อให้เกิดอันตราย

ต่อผิวหนัง จึงเป็นที่นิยมสำหรับผู้ที่มีผิวแพ้ง่ายและผู้ที่ไม่ใส่ใจในการดูแลสุขภาพ เพราะการดูแลผิวพรรณก็ต้องควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพ ดังนั้นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางออร์แกนิกจึงตอบโจทย์กับกลุ่มคนเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี (อาร์ทิเวีย, [online] , 2561)

2. ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมเฉพาะตัว

การดำเนินชีวิตในแต่ละวันเราต้องพบเจอกับมลภาวะ ความเหนื่อยล้า และสิ่งต่างๆที่เป็นตัวบั่นทอนสุขภาพกายและสุขภาพจิตของเรา การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มีกลิ่นหอมจากธรรมชาตินอกจากจะช่วย ปกป้องและฟื้นฟู บำรุงผิวให้ชุ่มชื้นและมีสุขภาพดี อีกทั้งยังสามารถทำให้ร่างกายได้ผ่อนคลายได้อีกด้วย เพราะกลิ่นหอมเฉพาะเหล่านี้ จะช่วยขจัดความกังวล ปรับสมดุลจิตใจ และเพิ่มความสดชื่นให้กับร่างกายและจิตใจผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมเฉพาะตัวของไทยก็มีกลิ่นและลักษณะเฉพาะตัว มีการใช้รูปทรงผลไม้ ดอกไม้ที่เป็นและกลิ่นจากธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย จึงที่นิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน

3. ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชาย

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาในกลุ่มเป้าหมายที่นิยมผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางไม่ได้มีเฉพาะในกลุ่มผู้หญิงเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงกลุ่มผู้ชายที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี หรือกลุ่มวัยเรียน-วัยทำงาน ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ก็ได้รับอิทธิพลมาจากเทรนด์การดูแลสุขภาพและการแต่งตัวของศิลปินเกาหลี ทำให้ผู้ชายเหล่านี้เริ่มหันมาใส่ใจตนเองและดูแลรูปร่างหน้าตา เพื่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ให้ตามทันกระแสแฟชั่นและความเปลี่ยนแปลงของโลก โดยเริ่มต้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์ความงามเบื้องต้น เช่น ผลิตภัณฑ์ล้างทำความสะอาดใบหน้า ครีมบำรุงผิว ครีมโกนหนวด ผลิตภัณฑ์ตกแต่งทรงผม ผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นกาย ไปจนถึงเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย เพื่อส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ภายนอกของพวกเขาดูดีขึ้นเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์เคาเตอร์แบรนด์ต่างๆก็ได้เริ่มตลาดกลุ่มลูกค้าผู้ชายโดยการเริ่มผลิตและขายสินค้ากลุ่มความงามสำหรับผู้ชายโดยเฉพาะ (ประชาชาติธุรกิจ, [online] , 2560)

4. ผลิตภัณฑ์แบบ all in one

ถึงแม้เราจะรู้กันดีว่าเทรนด์สุขภาพเป็นเรื่องที่ทุกคนให้ความสนใจ แต่ถ้าเราขาดความรู้ในการดูแลสุขภาพนั้นก็อาจจะทำให้สิ่งที่เราทำลงไปนั้นสูญเปล่าทันที การใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางค์ก็เช่นเดียวกัน ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีขั้นตอนและวิธีการใช้เฉพาะตัว จึงทำให้บางคนเกิดการสับสนในการใช้งาน ทางแบรนด์ต่างๆจึงออกแบบผลิตภัณฑ์แบบ All in one ที่ช่วยตอบโจทย์ในเรื่องของการลดขั้นตอนการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในขั้นตอนต่างๆ ช่วยประหยัดเวลา และสามารถลดค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างมาก ผลิตภัณฑ์แบบ All in one ถูกออกแบบมาเพื่อดูแลผิวได้อย่างครบถ้วนในขั้นตอนเดียว ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้จึงเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นชายและผู้หญิงที่ไม่อยากเสียเวลาในการบำรุงหลายขั้นตอน หรือกลุ่มผู้บริโภคที่มีความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน ถือเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

เหตุผลหลักที่ทำให้ผู้คนใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางค์

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก ดังนั้นภาพลักษณ์และการแสดงออกผ่านทางช่องทางสังคมออนไลน์จึงเป็นสิ่งที่ผู้คนในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญ เป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้คนหันมาดูแลตัวเอง ให้ความสนใจในเรื่องของสุขภาพ ความสวยความงามมากยิ่งขึ้น การดูแลรูปร่างและหน้าตาจึงเป็นสิ่งที่พื้นฐานที่ผู้คนยุคใหม่ใส่ใจเป็นพิเศษ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและบุคลิกที่ดีให้เกิดขึ้น แต่การดูแลสุขภาพและความงามบนใบหน้านั้นก็ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย เพราะในแต่ละวันเราต้องออกไปเผชิญหน้ากับโลกภายนอก พบเจอแสงแดดและมลภาวะต่างๆ มากมายที่อยู่ในอากาศที่เป็นปัจจัยภายนอกที่เราไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ หรือจะมาจากปัจจัยภายในที่เกิดจากการพักผ่อนไม่เพียงพอ อาการเหนื่อยล้าจากการทำงาน หรือความเครียดสะสม ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่บั่นทอนสุขภาพซึ่งเป็นตัวการที่ทำให้เกิดความหมองคล้ำ จุดด่างดำ ริ้วรอย และความหย่อนคล้อยต่างๆ

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางค์ต่างๆ กลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้คนต้องการ และเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน เพราะผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมีส่วนช่วยในการบำรุงและรักษาผิวพรรณให้มีความสุขภาพที่ดี ช่วยในการลดเลือนริ้วรอยก่อนวัยอันควร ทำให้ผิวน้ำกระจ่างใสอ่อนกว่าวัย ส่วนเครื่องสำอางค์ถูกใช้เพื่อเสริมความงามและปกปิดปิดข้อบกพร่องเล็กๆ น้อยๆ บนใบหน้า ทำหน้าที่เป็นเกราะป้องกันผิวจากแสงแดดและมลภาวะได้อีกด้วย อีกทั้งยังส่งเสริมบุคลิกภาพและทำให้ผู้ใช้มีความมั่นใจเมื่อต้องออกไปเผชิญหน้ากับผู้คนในสังคมอีกด้วย ผู้คนจึงเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางค์ด้วย 3 เหตุผลหลักดังนี้

1. ช่วยบำรุงและปกป้องผิวจากมลภาวะ

ผิวถือเป็นอวัยวะภายนอกอย่างหนึ่งที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของผู้คนที่เราพบเจอในชีวิตประจำวัน สุขภาพของเราสามารถแสดงออกทางผิวพรรณของเราได้ หากเราพักผ่อนไม่เพียงพอ หรือร่างกายอ่อนล้า ผิวพรรณของเราก็จะดูหมองคล้ำ ไม่สดชื่น แต่ในขณะเดียวกันหากเรามีสุขภาพที่ดี ผิวพรรณของเราก็จะสดชื่น เปล่งปลั่ง แลดูมีสุขภาพดี โดยปกติแล้วผิวของคนเรามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีการผลัดเซลล์ผิวเก่า การเกิดสิวอักเสบ สิวอุดตัน และการระคายเคืองจากสิ่งสกปรก แสงแดด มลภาวะ และฝุ่นควันที่เราต้องพบเจอในอากาศ ทำให้เกิดปัญหาผิวพรรณในรูปแบบต่างๆ ที่ตามมา

การใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจึงช่วยให้ผิวพรรณของเราได้รับการดูแลรักษา เพิ่มความเสื่อมโทรมสภาพของผิว และยังเป็นเกราะป้องกันผิวจากสิ่งสกปรก แสงแดด และมลภาวะต่างๆ ที่อาจจะทำให้ผิวของเราเกิดการระคายเคือง และเป็นสาเหตุของริ้วรอยที่เกิดขึ้นก่อนวัยอันควร และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวบางชนิดยังมีส่วนช่วยบรรเทาความเครียด เมื่อใช้ในเวลาว่างก็ยังสามารถทำให้อ่อนหลับสบาย พร้อมกับผิวพรรณที่ได้รับการบำรุงอย่างเต็มที่ ทำให้เราตื่นขึ้นมาพร้อมความสดชื่นและมีผิวที่ดูเปล่งปลั่ง มีสุขภาพดี

2. ความสวยงาม บุคลิกภาพและความมั่นใจ

ผิวเป็นอวัยวะส่วนนอกที่ผู้คนต้องมองเห็นเป็นอันดับต้นๆ ทั้งยังสามารถบ่งบอกได้ถึงสุขภาพกายและสุขภาพจิตของคนเราในขณะนั้นๆ การมีความเครียดสะสม การพักผ่อนที่ไม่เพียงพอ อาการเหนื่อยล้าต่างๆ สามารถแสดงออกทางผิวพรรณของเราได้อย่างชัดเจน บางครั้งการมีผิวพรรณที่ไม่สวยงาม หมองคล้ำ และมีริ้วรอยก่อนวัยอัน

ควร ก็ทำให้เราขาดความมั่นใจเมื่อต้องพบเจอกับผู้คน ผลลัพธ์ที่บำรุงผิวจึงเป็นที่นิยมนำมาใช้เพื่อบำรุงและแก้ไขจุดบกพร่องต่างๆบนใบหน้าและผิวพรรณของเราเพราะการที่เรามีสุขภาพผิวที่ดี จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจเมื่อต้องพบเจอกับผู้คนในชีวิตประจำวัน

เครื่องสำอางค์ก็ถือเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ผู้ใช้มีความสวยสะอาดตาแก่ผู้พบเห็นและการใช้เครื่องสำอางค์สามารถปกปิดจุดบกพร่องเล็กๆน้อยๆบนใบหน้าของเราได้ ช่วยในเรื่องของการเสริมจุดเด่น และกลบจุดด้อยบนใบหน้าของเราได้แต่หน้าสามารถปรับเปลี่ยนได้หลายรูปแบบให้เหมาะสมกับโอกาสต่างๆ เพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพให้โดดเด่นมากขึ้น เพิ่มเสน่ห์น่าดึงดูดให้ผู้คนที่พบเห็นอีกทั้งช่วยให้ผู้ใช้มีความสดใส สามารถลดอายุของผู้ใช้ให้ดูเด็กลงได้เมื่อเราบำรุงผิวพรรณและเติมสีบนใบหน้าแล้ว จะช่วยเพิ่มความมั่นใจและออกไปใช้ชีวิตได้อย่างไร้ความกังวล

3.ประหยัดค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาผิว

ผลลัพธ์ที่บำรุงผิวและเครื่องสำอางค์ถือเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า บางครั้งคนอาจจะมองว่าการใช้ผลลัพธ์เหล่านี้สิ้นเปลืองเงิน แต่แท้ที่จริงแล้วการผลลัพธ์เหล่านี้ถือเป็นการดูแลรักษาผิวพรรณของเราในขั้นต้น เพราะในชีวิตประจำวันของเรา ต้องเผชิญกับแสงแดด ฝุ่นละออง และมลภาวะในอากาศ การใช้ผลลัพธ์ที่บำรุงผิวถือเป็นตัวช่วยในการบำรุงผิว และยังเป็นเกราะป้องกันจากแสงแดด และฝุ่นละอองต่างๆ หากเราต้องเผชิญหน้ากับมลภาวะต่างๆเหล่านี้โดยปราศจากการป้องกันหรือบำรุงอย่างเต็มที่ อาจจะทำให้ผิวของเราถูกทำร้ายจากมลภาวะและสิ่งสกปรกต่างๆ ก่อให้เกิดความระคายเคืองและทำให้ผิวของเราอ่อนแอลงได้เมื่อผิวของเราอ่อนแอลงก็ทำให้สิ่งสกปรกและ มลภาวะต่างๆทำร้ายผิวของเราง่ายขึ้น ทำให้ผิวของเราเสียสมดุล เกิดความระคายเคืองและปัญหาผิวที่ตามมา

การใช้ผลลัพธ์ที่บำรุงผิวเป็นประจำอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้ผิวแข็งแรงมีสุขภาพดี การบำรุงผิวนั้นเป็นขั้นตอนที่สะดวกและง่ายดายที่สามารถบำรุงรักษาและป้องกันการปัญหาผิวต่างจากมลภาวะต่างๆ นับว่าวิธีการดูแลผิวพรรณด้วยการใช้ผลลัพธ์ที่บำรุงผิวนั้นย่อมดีกว่าการที่เราต้องเสียเงินมากมายให้กับการรักษาปัญหาผิวที่เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุจนไม่สามารถบรรเทาได้ด้วยการบำรุงผิวในเบื้องต้น และในปัจจุบันนี้การรักษาผิวด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การทำทรีตเมนต์ การเลเซอร์ หรือใช้นวัตกรรมเพื่อความงามต่างๆ มีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับการซื้อผลลัพธ์ที่บำรุงผิว ดังนั้นเราจึงควรที่จะใช้ผลลัพธ์ที่บำรุงผิวเพื่อให้เรามีสุขภาพที่ดีอยู่เสมอ และไม่เกิดปัญหาตามมาในภายหลัง อีกทั้งยังสามารถหลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายในการรักษาผิวที่มีราคาแพงได้อีกด้วย บางครั้งการเสียเงินเล็กน้อยให้กับผลลัพธ์ที่บำรุงผิว ก็คุ้มค่ากับผลลัพธ์และสุขภาพผิวที่ดีแบบยั่งยืน

ช่องทางและโอกาสในการทำการตลาดกับชาวจีนในปัจจุบัน

1. Social Media Marketing

การทำการตลาดผ่านทาง Social Media นั้นมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ เพราะในแต่ละประเทศมีวัฒนธรรมและการใช้งาน Social Platform ที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะประเทศจีน ที่มี Social Platform เป็นของตัวเองเช่น Baidu , Weibo , Wechat , Tencent QQ, Youku , Douyin , Iqiyi เป็นต้น

Baidu เป็นช่องทางการค้นหา (Search Engine) อันดับหนึ่งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน มีผู้ใช้งาน เฉลี่ยอยู่ที่ 174 ล้านคนต่อวัน เป็นแพลตฟอร์มที่เปรียบเสมือน Google ที่คนทั่วโลกรู้จัก แต่มีการใช้งานและรายละเอียดปลีกย่อยบางอย่างที่แตกต่างกันออกไป พื้นที่หน้าแรกของ Baidu ถูกใช้ให้เป็นพื้นที่ของโฆษณาจำนวนมาก จึงเป็นที่สนใจของนักการตลาดที่จะลงโฆษณาแบบ feed-based ads เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

Weibo เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศจีน ซึ่งมีผู้ใช้งานมากกว่า 600 ล้านคน และมีผู้ใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ 6 ล้านคนต่อวัน Weibo เป็นแพลตฟอร์มที่มีฟีเจอร์และการใช้งานที่เหมือนกับการรวม facebook , instagram และ twitter เข้าด้วยกัน สามารถโพสต์รูปภาพและคอนเทนต์ต่างๆลงโซเชียล พร้อมกับติดแฮชแท็กที่สามารถแยกสินค้าแต่ละประเภทได้อีกด้วย นักการตลาดและแบรนด์ต่างๆจึงเลือกใช้ Weibo เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าของตนเอง

Douyin หรือที่รู้จักกันในอีกชื่อว่า Tiktok เป็นแอปพลิเคชันสร้างสรรค์คอนเทนต์แนววิดีโอสั้นๆ ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในประเทศจีน มีผู้ใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ 150 ล้านคนต่อวัน โดยจุดเด่นของ Douyin คือการมีคอนเทนต์วิดีโอหลากหลายประเภทที่มีความยาวเพียง 15 วินาที และสามารถแชร์คลิปวิดีโอไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆได้ Tiktok จึงกลายเป็นช่องทางที่นักการตลาดให้ความสนใจเพราะคอนเทนต์วิดีโอที่มีการเคลื่อนไหวทั้งภาพและเสียงสามารถดึงดูดและสร้างภาพจำให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่าคอนเทนต์ประเภทอื่นๆ

Wechat เป็นแพลตฟอร์มที่ยอดนิยมของประเทศจีน มีความคล้ายกับแอปพลิเคชัน Line และ Whatsapp ที่คนทั่วโลกใช้ในการแชท และติดต่อสื่อสารกัน แต่ Wechat มีความพิเศษที่แตกต่างกันออกไป คือสามารถใช้เป็นโซเชียลมีเดีย และช่องทางในการชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ปัจจุบันมีผู้ใช้งานมากกว่า 900 ล้านคน ทั้งนี้ทาง Wechat ยังมีฟีดเจอร์ OfficialAccount สำหรับเจ้าของธุรกิจและผู้ประกอบการที่ใช้สื่อสารและให้บริการลูกค้า พร้อมชำระค่าสินค้าต่างๆได้โดยตรง ถือเป็นแอปพลิเคชันสามัญที่ชาวจีนมีติดมือถือไว้ทุกคน

Youku , Tencent Video และ Iqiyi เป็นแพลตฟอร์มการรับชมวิดีโอที่ได้รับความนิยมในประเทศจีน เปรียบเสมือน Youtube และ Netflix ซึ่งมีการขายพื้นที่โฆษณาก่อนรับชมวิดีโอให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งถ้าหากว่าผู้ใช้ต้องการที่จะกดข้ามโฆษณาจำเป็นต้องสมัครสมาชิกและชำระค่าบริการรายเดือน ถึงจะสามารถข้ามโฆษณาและรับสิทธิพิเศษต่างๆได้ ซึ่งแน่นอนว่ามีผู้ใช้งานจำนวนมากยอมรับชมโฆษณาต่างๆแทนการชำระเงินค่าบริการรายเดือน ถือว่าเป็นการขายพื้นที่โฆษณาเพื่อเอาใจผู้ประกอบการและแบรนด์ต่างๆโดยเฉพาะ แต่ราคาค่าการซื้อพื้นที่โฆษณาก็มีค่าใช้จ่ายที่สูงมากเช่นกัน

2. Content Marketing

Video Content กำลังเป็นที่นิยมในโลกโซเชียล โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายชาวจีนที่นิยมซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ และมีแพลตฟอร์ม Tiktok ที่เป็นแอปพลิเคชันแนวสร้างสรรค์วิดีโอที่มีชาวจีนเป็นใช้งานเฉลี่ย 150 ล้านคนต่อวัน นักการตลาดและแบรนด์ต่างๆจึงหันมาให้ความสำคัญกับการทำคอนเทนต์วิดีโอมากขึ้น เนื่องจากวิดีโอมีเสียงและภาพเคลื่อนไหวสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มากกว่าคอนเทนต์ประเภทอื่นๆ คอนเทนต์ประเภทวิดีโอนี้สามารถสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถกระตุ้นให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วมไปกับ

คลิปปิโตโอ สร้างความน่าเชื่อถือ และโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่นวิดีโอสอนแต่งหน้า หรือรีวิวสินค้า ซึ่งในปัจจุบันการรีวิวสินค้าผ่านคอนเทนต์วิดีโอมีอิทธิพลต่อโลกโซเชียลของจีนเป็นอย่างมาก

3.Influencer

Influencer หรือ Key Opinion Leader (KOL) คือการใช้บุคคลที่มีอิทธิพลต่อคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งบนโซเชียลมีเดียในแต่ละสาขามาโฆษณาสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ กลุ่มคนเหล่านี้มีแฟนคลับและผู้ติดตามจำนวนมากบนโลกโซเชียล ไม่ว่าพวกเขาเหล่านี้จะทำอะไรหรือหิบบ้างอะไร ก็จะเป็นที่สนใจของผู้คนที่อยากจะทำตามและเลือกใช้สินค้านั้นๆตามการเลือกใช้บุคคลที่ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์มาเป็นผู้แทนในการสื่อสารองค์กร ทำให้แบรนด์ต่างๆสามารถสื่อสารข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และเพิ่มยอดขายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อต้นปี 2019 ที่ผ่านมามีแบรนด์สินค้าต่างๆอาทิMAC , YSL , Charlotte Tilbury , Chanel และELLISFAAS สามารถทำยอดขายได้ล่มสลายจากการที่เน็ตไอดอลชายชาวจีน หลี่เจียฉี (Li Jiaqi) หรือที่รู้จักกันดีในนามLipstick Brother ซึ่งเป็นผู้ชายลิปสติกอันดับ 1 ในโลกออนไลน์ ได้ทำการรีวิวลิปสติกแบรนด์ต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชันDouyinหรือTikTok โดยมียอดขายสูงถึง 15,000 แห่ง ภายในเวลาเพียง 5 นาที (รีเวอร์พลัส, [online] , 2562)

4.E-Commerce

ในปัจจุบันผู้บริโภคชาวจีนได้ก้าวเข้าสู่โลกออนไลน์อย่างเต็มตัว ช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางการซื้อขายที่สำคัญของจีน การค้าตลาดออนไลน์ข้ามพรมแดน (cross-border e-commerce) จึงเป็นที่สนใจของแบรนด์และผู้ประกอบการไทยทั้งรายเล็กรายใหญ่ เนื่องจากประเทศจีนได้อนุญาตให้ไทยส่งออกเครื่องสำอางค์ข้ามพรมแดนโดยไม่ต้องจดทะเบียนหรือต้องผ่านพิธีการทางศุลกากร (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, [online] , 2559) ทางแบรนด์และผู้ประกอบการต่างๆจึงใช้โอกาสนี้ในการประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าของตนเองไปยังผู้บริโภคชาวจีนผ่านทางแพลตฟอร์ม E-commerce รายใหญ่ได้อาทิInternational TmallและKua Jing Tong (www.kjt.com) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่กำลังได้รับความนิยมเพราะสินค้าส่วนใหญ่ที่ขายผ่านเว็บไซต์เหล่านี้จะเป็นสินค้าที่ส่งตรงจากต่างประเทศโดยตรงทำให้ผู้บริโภคสามารถลดความกังวลเกี่ยวกับสินค้าปลอมไปได้ส่วนหนึ่ง (ประชาชาติธุรกิจ , [online] , 2562)

สรุป

ประเทศไทยยังถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมที่ชาวจีนให้ความสนใจเป็นอย่างมากในแต่ละปีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามายังประเทศไทยเป็นจำนวนมากและมักจะนิยมซื้อของฝากกลับไปยังประเทศของตนเองสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อย่างมหาศาลผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางของไทยเป็นหนึ่งในสิ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอย่างมากเพราะมีราคาที่ไม่สูงมากนักอีกทั้งยังมีคุณภาพที่ได้มาตรฐานกับสรรพคุณที่ยอดเยี่ยมและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงใส่ใจในเรื่องของการดูแลสุขภาพและให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ภายนอกมากขึ้นพวกเขาจึงเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหมาะกับบริบทของตนเองทำให้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางของไทยเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มักจะซื้อกลับไปยังประเทศของ

ตนเองและวิวิธสินค้าหรือบอกต่อผ่านทางโลกออนไลน์จึงเกิดเป็นปรากฏการณ์ที่เป็นกระแสนิยมสำหรับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางของไทยทำให้ชาวจีนที่เดินทางมายังประเทศไทยมักจะนิยมซื้อสินค้าตามที่ได้รับคำแนะนำจากโลกออนไลน์ จึงเป็นโอกาสที่ดีที่ผู้ประกอบการและแบรนด์ต่างๆจะใช้โอกาสนี้ในการประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าของตนเองไปยังประเทศจีน เพื่อเป็นการเปิดตลาดและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- วรวิทย์ ศิริพากย์. (2561). มองเทรนด์ตลาดสุขภาพและความงาม ก้าวสำคัญของไทยในเวทีโลก.สืบค้นเมื่อวันที่27 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://www.brandage.com/article/10661/PA%C3%91PURI-Special-Content-2019>
- มาเก็ตเทียร์. (2018). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคมิลเลนเนียล.สืบค้นเมื่อวันที่27 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://marketeeronline.co/archives/71573>
- จุฑาทิพย์ ทิพย์เหรียญ. (2559).พฤติกรรม การซื้อของฝากของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.สืบค้นจาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802031244_5213_4101.pdf
- อาร์ทีวายที. (2561). เทรนด์ความงามออร์แกนิกมาแรงในวัยเก๋า.สืบค้นเมื่อวันที่26 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.ryt9.com/s/prg/2852909>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2560). เทรนด์บอยแบนด์หน้าใสต้นสังกัดเคร์ตลาดจีนโตพุ่ง.สืบค้นเมื่อวันที่1 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.prachachat.net/marketing/news-38508>
- รีเวอร์พลัส. (2562). ธุรกิจความงามไทย บุกตลาดจีนด้วยกลยุทธ์ออนไลน์ สร้างยอดขายหลายพันล้านบาท.สืบค้นเมื่อวันที่10 ธันวาคม 2562, จาก <https://riverplus.com/2019/12/09/cosmetic-in-china/>
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2559). เเจาะลึกตลาดE-commerce จีน.สืบค้นเมื่อวันที่10 ธันวาคม 2562, จาก https://ditp.go.th/contents_attach/150637/150637.pdf
- ประชาชาติธุรกิจ. (2562).เครื่องสำอางพาเหรดเข้าจีน ขายออนไลน์ฉลุย-ได้ยกเว้นพิธีศุลกากร.สืบค้นเมื่อวันที่10 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-375899>



	Name and Surname (姓名) : PRACHAYA DIROKSRI
	Highest Education (最高学历) : Master of Arts (Chinese Business for communication)
	University or Agency (任职院校或单位) : Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域) : - Teaching Chinese as a Foreign Language - Chinese Business for communication
	Address (地址) : 138/26 Moo 9 ,SoiJamorn 28 khor , Khukhot , Lumlukka , Pathumthani 12130

ความสัมพันธ์ไทย - จีนสมัยโบราณ
และการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน

THAILAND - CHINA TRADITIONAL RELATIONS
AND CHINESE TOURIST'S TRAVELLING IN THAILAND

ประจितร์ ป้อมอรินทร์

PRAJIT POMARIN

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: jookcool@gmail.com

Received: 13 March 2020 / Revised: 21 April 2020 / Accepted: 6 May 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีนตั้งแต่สมัยโบราณ ทั้งในด้านการปกครอง เศรษฐกิจ และสังคม ในยุคสุโขทัยไทยและจีนมีความสัมพันธ์แบบบรรณาการ โดยกษัตริย์ของไทยส่งบรรณาการให้จีนเพราะต้องการเป็นที่ยอมรับจากจักรพรรดิจีน ต่อมาวิธีการนี้ค่อยๆ เน้นไปเป็นด้านการค้า เพราะสร้างรายได้มหาศาล ไทยส่งบรรณาการครั้งสุดท้ายในสมัยรัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ในด้านวัฒนธรรม คนจีนอพยพมาตั้งถิ่นฐานในไทยตลอดหลายยุค จนประเพณีและวัฒนธรรมจีนผสมผสานกลมกลืนกับวัฒนธรรมไทยอย่างลงตัว

ด้านการท่องเที่ยว ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวไทยมากเป็นอันดับ 1 เนื่องจากหลายปัจจัย เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกครบครันความเป็นมิตรของคนไทยแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายปัจจัยด้านราคาแหล่งบันเทิงยามราตรีสถานที่ที่เคยเห็นในภาพยนตร์ ฯลฯ นอกจากนี้ชาวจีนยังมีความต้องการในหลายด้านอันจะสร้างประโยชน์ให้ประเทศไทย เช่น ความต้องการซื้อของ ความต้องการเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่าง ความต้องการฟื้นฟูสุขภาพความต้องการทดลองอาหารไทย ความต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งบางส่วนสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564 ของกรมการท่องเที่ยว ดังนั้นหากความต้องการของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวก็จะช่วยกระตุ้นให้ชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะยิ่งสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์ไทย - จีน, การท่องเที่ยวไทย, นักท่องเที่ยวจีน

ABSTRACT

This article studies Thailand – China traditional relations including government, economy and social. In Sukhothai era, Thailand and China had a tributary relationship by King of Thailand would pay tribute to China hoping for an acceptance from Chinese Emperor. Later, this method had changed into a trading purpose because it made an enormous income to Thailand. Until around King Rama IV era, Thailand had stopped the tributary relationship. As for the culture, Chinese people had emigrated and settled in Thailand throughout the ages until Chinese traditions and cultures had blended seamlessly with Thai culture.

As for the tourism, now the number one destination for Chinese tourists is Thailand. There are many reasons for example; convenient facilities, friendliness of Thai people, varieties of attractions, price, nightlife, places from movies, etc. Furthermore, Chinese's needs have become more important to increase income in Thailand, for example; trading, wanting to see different culture, needs for rehabilitation, Thai food testing and changes in Business, which corresponding with the tourism development strategy plan 2018-2021 from Department of Tourism. So, if tourists' needs consistent with tourism policy, it will motivate Chinese tourists travelling more in Thailand and brings load of money to Thailand as well.

Key Words : Thailand - China Relations, Tourism in Thailand, Chinese tourists

ความสัมพันธ์ไทย - จีนสมัยโบราณ

จีนกับไทยมีการติดต่อไปมาหาสู่กันมากกว่า 2,500 ปีมาแล้ว เนื่องจากการขุดค้นพบหม้อสามขาดินเผาในท้องที่ฝั่งศพตามแนวทิวเขาตะวันตก ตั้งแต่จังหวัดกาญจนบุรีลงไปถึงภาคใต้ และทอดยาวถึงมาเลเซีย หม้อสามขาเป็นวัฒนธรรมลุ่มน้ำฮวงโหของจีนราว 3,000 ปีมาแล้ว นอกจากนี้ยังมีการขุดค้นพบภาชนะสำริดที่ริมแม่น้ำน่าน อ.เมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ภาชนะสำริดดังกล่าวเป็นแบบฮั่น มีอายุราว 2,000 ปี



หม้อสามขาดินเผาที่ขุดค้นพบที่จังหวัดกาญจนบุรี และภาชนะสำริดที่ขุดค้นพบที่จังหวัดอุตรดิตถ์
ที่มา: https://www.matichon.co.th/prachachuen/prachachuen-scoop/news_1860131

สมัยกรุงสุโขทัย (พ.ศ. 1792 - 1981 / ค.ศ. 1249 - 1438)

สมัยกรุงสุโขทัยคาบเกี่ยวกับช่วงสมัยราชวงศ์หยวน (元 พ.ศ. 1814-1911 / ค.ศ. 1271-1368) ของจีน ราชสำนักหยวนมีการส่งคณะทูตมาไทย 4 ครั้ง สำเร็จ 3 ครั้ง ครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 1825 (ค.ศ. 1282) (สืบแสง พรหมบุญ, 2525:74) ในสมัยจักรพรรดิคุปโลซาน (忽必烈 พ.ศ. 1758-1835 / ค.ศ. 1242-1292) จุดมุ่งหมายเพื่อยืนยันความเป็นเจ้าประเทศราชของจีน และเพื่อยืนยันว่าไทยอยู่ในฐานะรัฐบรรณาการ ให้ส่งบรรณาการให้จีน พ่อขุนรามคำแหงซึ่งเป็นกษัตริย์ไทยในขณะนั้น เห็นว่าจีนเป็นประเทศมหาอำนาจยิ่งใหญ่หากไม่ทำตามอาจเกิดสงครามกับจีนได้ จึงรับสั่งให้ทูตนำเครื่องบรรณาการไปถวายจักรพรรดิฉิน เมื่อ พ.ศ. 1835 (ค.ศ. 1292) รวม 14 ครั้งตลอดสมัยสุโขทัย ซึ่งจุดประสงค์หลักคือเพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองของสุโขทัย

หลังจากสถาปนาสัมพันธไมตรีกันแล้ว จักรพรรดิคุปโลซานเรียกร้องให้พ่อขุนรามคำแหงเสด็จไปจีนเป็นการส่วนพระองค์หรือส่งตัวแทนไป หลักฐานไทยบางชิ้นเชื่อว่าพ่อขุนรามคำแหงนำคณะทูตเสด็จไปจีนด้วยพระองค์เอง ซึ่งมีหลักฐานสนับสนุนน้อยมาก สืบแสง พรหมบุญให้ความเห็นว่าไม่น่าเป็นเรื่องจริง เนื่องจากหลายปัจจัย คือ 1. อาจเกิดจากการแปลข้อความผิดพลาด 2. ไม่มีหลักฐานของฝั่งจีนว่าพ่อขุนรามคำแหงเคยเสด็จไป 3. การเดินทางไปกลับจีนในสมัยนั้นต้องใช้เวลาพิเศษ พ่อขุนรามคำแหงซึ่งขณะนั้นกำลังจะพิชิตมลายู คงไม่ล้มเลิกนโยบายขยายอาณาเขตกลางคัน 4. พระบรมราชโองการของจักรพรรดิฉินลงวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 1837 (ค.ศ. 1294) แต่นักประวัติศาสตร์เชื่อว่าพ่อขุนรามคำแหงเสด็จไปจีนด้วยพระองค์เองถึงในวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 1837 (ค.ศ. 1294) ซึ่งไม่มีทางเป็นไปได้ (สืบแสง พรหมบุญ, 2525 : 76)

ในด้านเศรษฐกิจ กล่าวได้ว่าหากคณะทูตได้รับการยอมรับจากจีนแล้ว ก็จะได้สิทธิพิเศษด้านเศรษฐกิจเสมอ ประกอบกับจักรพรรดิราชวงศ์หยวนส่งเสริมการค้าทางทะเลมากขึ้น ส่งผลให้การค้าระหว่างจีนกับสุโขทัยมีความเจริญรุ่งเรืองยิ่งขึ้น ทั้งนี้มิใช่การติดต่อค้าขายโดยรัฐ แต่เป็นการติดต่อค้าขายระหว่างเอกชน ขณะเดียวกันพ่อขุนรามคำแหงเห็นว่าเครื่องปั้นดินเผาจีนคุณภาพและรูปทรงสวยงามกว่าของสุโขทัย พระองค์จึงอุปถัมภ์ช่างจีนให้มาทำเครื่องสังคโลก เพื่อส่งเสริมการค้าของสุโขทัย ในยุคสุโขทัยภาคใต้ของไทยกลายเป็นศูนย์กลางการค้า เนื่องจากการเดินทางในยุคนั้นส่วนใหญ่ใช้เรือเป็นหลัก ท่าจอดเรือที่สำคัญ ได้แก่ ตะกั่วป่า ตัง ชุมพร นครศรีธรรมราช สงขลา และปัตตานี เนื่องจากเรือสินค้าจีนจะแล่นมาฝั่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือในฤดูหนาว เมื่อมาถึงแล้วพ่อค้าจีนจะมีเวลา 2-3 เดือนที่จะดำเนินธุรกิจการค้าก่อนจะอาศัยลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ในฤดูร้อนแล่นเรือกลับบ้าน ช่วงเวลาดังกล่าวทำให้พ่อค้ามีเวลาเพียงพอที่จะซื้อขายสินค้าและซ่อมแซมเรือ นอกจากนี้เส้นทางบกแถบภาคใต้ของไทยยังเป็นที่ยินยอมของพ่อค้าจีนและประเทศอื่นๆ เพื่อหลีกเลี่ยงการเดินทางผ่านช่องแคบมะละกาที่ยากลำบากและเต็มไปด้วยอันตราย ซึ่งมักต้องเผชิญหน้ากับลม พายุ และโจรสลัดอยู่เสมอ

ชาวจีนอพยพเข้ามาในช่วงก่อนสมัยอยุธยาเป็นส่วนใหญ่เป็นพวกกะลาสีเรือ พ่อค้า โจรสลัด ซึ่งเข้ามาทางเมืองท่าต่างๆ เช่น สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ปัตตานี สันนิษฐานว่าชาวจีนเหล่านี้อาจเข้ามาตั้งหลักแหล่งตั้งแต่สมัยราชวงศ์ถังแล้ว (แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย, 2538 : 24)

สมัยกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ. 1893 - 2310 / ค.ศ. 1350 - 1767)

อาณาจักรอยุธยาและจีนมีความสัมพันธ์แบบรัฐบรรณาการ หลังจากสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 สถาปนากรุงศรีอยุธยาเมื่อปี พ.ศ. 1893 (ค.ศ. 1350) ขณะที่จีนอยู่ในความวุ่นวายเนื่องจากกำลังเปลี่ยนราชวงศ์ ไม่นานสถานการณ์ความวุ่นวายในจีนก็กลับสู่ปกติ มีการสถาปนาราชวงศ์หมิงขึ้นในปี พ.ศ. 1911 (ค.ศ. 1368) ปฐมจักรพรรดิแห่งราชวงศ์หมิงส่งคณะทูตไปยังประเทศต่างๆ รวมทั้งกรุงศรีอยุธยาในปี พ.ศ. 1913 (ค.ศ. 1370) คณะทูตอัญเชิญพระบรมราชโองการของจักรพรรดิ ผ้าไหมหลากสี และปฏิทินหลวง (สืบแสง พรหมบุญ. 2525 : 86) ส่วนคณะทูตไทยที่ส่งไปจีนนั้นเริ่มกลับมาเดินทางไปจีนอีกครั้งหลังหยุดชะงักไปเกือบ 50 ปี ตั้งแต่สมัยสุโขทัย ของบรรณาการที่คณะทูตนำไปถวายจักรพรรดิจีนเรียกว่า “จิมก้อง” (进贡) สาเหตุหลักคือเพื่อรักษาสัมพันธไมตรีกับจีน ทั้งด้านการค้าขายระหว่างประเทศ และการแสดงตนว่าได้รับการยอมรับจากกษัตริย์จีน เนื่องจากสมัยก่อนมีเจ้าครองดินแดนมากมาย ผู้นำของแต่ละดินแดนต้องแข่งขันกัน เพราะฉะนั้น การได้รับการยอมรับจากกษัตริย์จีนเหมือนเป็นการได้รับการรับรองว่ามีอิทธิพลมีอำนาจเหนือกว่าดินแดนอื่นๆ (Mgonline. 2019 : Online)

นักประวัติศาสตร์เชื่อว่าการส่งเครื่องราชบรรณาการหรือ “จิมก้อง” ดังกล่าวแฝงจุดประสงค์ทางธุรกิจเอาไว้ เมื่ออาณาจักรอยุธยาส่งเครื่องราชบรรณาการไปถวายแล้วก็จะได้รับเครื่องราชบรรณาการกลับมาซึ่งมีมูลค่ามากกว่าเดิม 2 เท่า มักจะมีขุนนางหรือพ่อค้าแอบอ้างเดินทางไปพร้อมกับการนำเครื่องราชบรรณาการไปถวาย ซึ่งไม่ได้มาจากราชสำนักไทยโดยตรง

บางช่วงการส่งบรรณาการไปจีนลดลง เนื่องจากเกิดปัญหาด้านต่างๆ เช่น กลุ่มโจรสลัดคอยปล้นเรือส่งบรรณาการ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีนห่างเหินไปบ้างเมื่อราชวงศ์หมิงเสื่อมอำนาจ อยุธยาไม่ได้ส่ง “จิมก้อง” ให้จีนเป็นเวลานานถึง 8 ปี แล้วจึงกลับมาส่งอีกครั้ง

การส่งคณะทูตไปจีนในสมัยกรุงศรีอยุธยามีจุดมุ่งหมายเพื่อการค้ามากขึ้นเรื่อยๆ จนมากกว่าจุดมุ่งหมายในด้านการเมืองในที่สุด (สืบแสง พรหมบุญ. 2525 : 117) ในด้านการค้านั้น พระมหากษัตริย์อยุธยาตอนต้นสนพระทัยในผลกำไรจากสิทธิพิเศษต่างๆ จากจีน เพราะตระหนักดีว่าสินค้าจีนเป็นสิ่งที่ต้องการสูงมากในตลาดของประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงขายได้ในราคาสูง

ในสมัยอยุธยาชาวจีนเข้ามาตั้งถิ่นฐานในอยุธยามากขึ้นเรื่อยๆ ไม่นานก็เริ่มควบคุมเศรษฐกิจของประเทศในด้านต่างๆ ทั้งการค้า สินค้า ราคา ฯลฯ กรุงศรีอยุธยาเป็นอาณาจักรที่เจริญรุ่งเรือง กลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มต่างๆ อพยพเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร มีเชลยถูกกวาดต้อนมา มีชาวเอเชียและชาวตะวันตกเข้ามาค้าขาย ในกฎหมายเตียรบาลยุคต้นกรุงศรีอยุธยาได้เรียกชื่อชนพื้นเมืองต่าง ๆ ได้แก่ "แขกขอมลาวพม่าเมงมอญมูสมแสงจีนจามชาว..." ซึ่งมีการเรียกชนพื้นเมืองที่อาศัยปะปนกันโดยไม่จำแนกว่า “ชาวสยาม” (Silpa-mag.2019 : Online)

ในด้านภาษานั้น มีเอกสารบันทึกว่า ชาวอยุธยาพูดภาษาเดียวกับกลุ่มคนทางตะวันออกเฉียงใต้ของจีนคือแถบมณฑลกว่างตง (广东) และกว่างซี (广西) เนื่องจากพื้นที่แถบนี้มีความอุดมสมบูรณ์ จึงมีหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์มาตั้งหลักปักฐานรวมกัน จนเกิดการผสมผสานทางภาษา วัฒนธรรม และเชื้อชาติ จนไม่อาจแยกออกได้ชัดเจน

การอพยพของชาวจีนแต่จีวสมัยกรุงธนบุรี (พ.ศ. 2310 - 2325 / ค.ศ. 1767 - 1782) ถึงกรุงรัตนโกสินทร์ (พ.ศ. 2325 - ปัจจุบัน / ค.ศ. 1782 - ปัจจุบัน)

ความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีนหยุดชะงักลงสั้นๆ เมื่อกรุงศรีอยุธยาล่มสลายในปี พ.ศ. 2310 (ค.ศ. 1767) ต่อมาพระเจ้าตากสินประสบชัยชนะในการรบกับพม่า จักรพรรดิเฉียนหลง (乾隆) จึงพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้พระเจ้าตากสินส่งคณะทูตบรรณาการไปจีน ซึ่งพระเจ้าตากสินส่งคณะทูตบรรณาการไปจีน 3 คน เมื่อปี พ.ศ. 2324 (ค.ศ. 1781) จักรพรรดิเฉียนหลงจึงพระราชทานตราตั้งและยอมให้สิทธิพิเศษด้านการค้าเช่นแต่ก่อน (สืบแสง พรหมบุญ. 2525 : 146) ขณะเดียวกันพระเจ้าตากสินกระตุ้นให้ชาวจีนอพยพมาตั้งถิ่นฐานในไทยมากขึ้น ชาวจีนอพยพส่วนใหญ่ในยุคพระเจ้าตากสินเป็นชาวแต่จีว เนื่องจากพระองค์มีเชื้อสายแต่จีว (Silpa-mag. 2019 : Online) ชาวจีนเหล่านี้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ แล้วมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น

ต่อมาเมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 ปราบดาภิเษกขึ้นเป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี ระยะแรกทางการจีนยังไม่ให้การยอมรับ เนื่องจากจักรพรรดิเฉียนหลงจึงพระราชทานตราตั้งให้พระเจ้าตากสิน จนกระทั่ง พ.ศ. 2329 (ค.ศ. 1786) จักรพรรดิเฉียนหลงจึงยอมพระราชทานตราตั้ง เป็นการรื้อฟื้นความสัมพันธ์ฉันมิตรของสองประเทศอีกครั้งหนึ่ง รัชกาลที่ 1 กระตุ้นการค้าระหว่างไทย-จีน เพราะเห็นถึงความสำคัญและกำไรมหาศาล

ในช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์มีการส่งบรรณาการไปตามที่จีนต้องการ กระทั่งสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ไทยเปิดทำการค้ากับชาติตะวันตกมากขึ้น ขณะเดียวกันจีนก็อยู่อยู่กับประเทศตะวันตกเช่นกัน เป็นเหตุให้ความสัมพันธ์ไทยจีนเริ่มเสื่อมลงทีละน้อย เมื่อชาติตะวันตกสามารถติดต่อค้าขายกับจีนได้โดยตรง ไทยในฐานะแหล่งสินค้าจีนแหล่งใหญ่จึงลดความสำคัญลง ทำให้รายได้จากการค้าตกต่ำตาม นอกจากนี้สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างจีนกับชาติตะวันตกทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยและไม่สะดวกต่อคณะทูต รัชกาลที่ 3 จึงทรงหยุดส่งคณะทูตไปจีนในปลายรัชสมัยของพระองค์

ต่อมาสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ส่งคณะทูตชุดสุดท้ายไปจีนเมื่อ พ.ศ. 2396 (ค.ศ. 1853) เป็นอันสิ้นสุดความสัมพันธ์แบบบรรณาการ การค้าของรัฐบาลจีนตั้งอยู่บนรากฐานของผลกำไรจากการค้ากับจีนถูกยกเลิกในปี พ.ศ. 2398 (ค.ศ. 1855) แต่การค้าของเอกชนกับจีนยังคงได้รับอนุญาตให้ดำเนินต่อไปโดยให้พ่อค้าเสี่ยงเอาเอง (สืบแสง พรหมบุญ. 2525 : 154)

สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 พระองค์เจริญรอยตามรัชกาลที่ 4 คือไม่ส่งบรรณาการให้จีน พระองค์เสด็จประพาสหัวเมืองต่างๆ รวมทั้งต่างประเทศ มีการสร้างรถไฟ เรือกลไฟ ซึ่งล้วนเป็นพื้นฐานสำคัญของการคมนาคมขนส่งและการท่องเที่ยวในเวลาต่อมา

สมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 เกรงว่าชาวจีนจะเป็นภัยต่อประเทศ จึงใช้นโยบายผสมกลมกลืนเพื่อให้จีนเป็นไทยอย่างสมบูรณ์ ทรงพระราชทานบรรดาศักดิ์ให้แก่ชาวจีนในไทยอย่างมากมาย (ขจิตถัย บุรุษพัฒน์. 2515 : 16) ทั้งนี้ก็เพราะทรงหวังว่าชาวจีนในไทยจะผสมกลมกลืนเป็นไทย แต่ในขณะเดียวกันก็ทรงเข้มงวดกับชาวจีนมากเป็นพิเศษทั้งในด้านเศรษฐกิจและการศึกษา จึงเป็นเหตุให้ชาวจีนบางกลุ่มเอาใจออกห่างจากไทยกลับไปสู่อ้อมกอดของประเทศแม่ ความไม่เข้าใจกันระหว่างรัฐบาลของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวกับชาวจีนมีมาก (Silpa-mag. 2019 : Online)

สมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ทรงคำนึงถึงคนจีนในไทย เสด็จชุมชนชาวจีน เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้กับชาวจีน ต่อมาสมัยรัชกาลที่ 8 จนถึงรัชกาลที่ 9 เมื่อจอมพล ป. พิบูลสงคราม และ จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ขึ้นเป็นนายกรัฐมนตรี ก็กลับมาใช้นโยบายเข้มงวดต่อคนจีนอีกครั้ง เพราะต้องการ ขจัดชาวจีนมิให้กุมอำนาจทางเศรษฐกิจ และห่วงกลัวลัทธิคอมมิวนิสต์จะสะท้อนความมั่นคงของประเทศ รัฐ ต้องการให้คนจีนในไทยผสมกลมกลืนกลายเป็นไทย จึงสั่งปิดโรงเรียนจีนทุกแห่ง ให้ลูกหลานจีนไปเรียนที่ โรงเรียนไทย ทำให้คนจีนบางกลุ่มไม่พอใจ ตั้งตนเป็นปรปักษ์กับรัฐบาลไทย เมื่อสถานการณ์ดีขึ้น ก็ยังมีการ ควบคุมหลักสูตร เวลาเรียน การจัดตั้งโรงเรียน แต่ถึงกระนั้นวิธีดังกล่าวยังไม่อาจทำให้คนจีนในไทยหยุดสืบทอดและปฏิบัติวัฒนธรรมดั้งเดิม ยังคงมีวัด ศาลเจ้า โรงเจ เกิดขึ้นในชุมชนชาวจีน มีพิธีกรรมทางศาสนา มี สมาคมกลุ่มภาษา และกลุ่มตระกูลแซ่อยู่ทั่วประเทศไทย กระทั่งปี พ.ศ. 2535 (ค.ศ. 1992) รัฐบาลอานันท์ ปันยารชุน ประกาศยกเลิกข้อจำกัดเกี่ยวกับการเปิดโรงเรียนจีน ยกเว้นภาษาจีนให้เทียบเท่า ภาษาต่างประเทศอื่นๆ มีการเรียนในระดับมัธยมศึกษา มีการกำหนดให้เป็นวิชาสอบเข้ามหาวิทยาลัยและ ได้รับความนิยมเรื่อยมา (พิมพ์ประไพ พิศาลบุตร. 2019 : ออนไลน์)

ในด้านการค้า การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในจีนตั้งแต่ต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา ประกอบกับ การเกิดสงครามโลกครั้งที่หนึ่งและครั้งที่สองส่งผลให้การค้าระหว่างไทยจีนไม่พัฒนาเท่าไรนัก แต่ก็ได้ส่งผลให้ ชาวจีนเข้ามาตั้งถิ่นฐานในเมืองไทยจำนวนมาก เมื่อจีนเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบสังคมนิยมแบบ คอมมิวนิสต์ทำให้การติดต่อทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยและจีนชะงักลงเป็นเวลาหลายปี ก่อนจะเริ่มมีการ สถาปนาความสัมพันธ์ไทย-จีนขึ้นใหม่อย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2518 (ค.ศ. 1975) เมื่อตัวแทนฝ่ายไทยนำ โดย ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ได้เข้าพบท่านเหมาเจ๋อตง ประธานพรรคคอมมิวนิสต์ผู้มีอำนาจสูงสุด

สมัยรัตนโกสินทร์มีชาวจีนกลุ่มใหญ่ทยอยอพยพมาไทย ส่วนใหญ่เป็นพวกพ่อค้าที่ประสบความสำเร็จ ในทางการค้า ที่ศาสตราจารย์นิธิ เอียวศรีวงศ์ เรียกชาวจีนกลุ่มนี้ว่าจีนเก่า กลุ่มจีนเก่านี้ได้รับการยกย่องอย่าง ดีจากคนไทย และได้แทรกซึมอยู่ในสังคมไทยมาช้านาน บ้างได้เป็นขุนนาง เป็นตระกูลผู้ดีที่มีผู้นับหน้าถือตา มี วิถีชีวิตแบบไทย สอดประสานวัฒนธรรมอย่างลงตัว ส่วนกลุ่มจีนใหม่ได้อพยพเข้ามาตั้งแต่จีนมีการ เปลี่ยนแปลงการปกครองในช่วงปี พ.ศ. 2455 (ค.ศ. 1912) กลุ่มจีนใหม่นั้นยังไม่มีที่ยอมรับของสังคมไทย นัก มักก่อความไม่สงบสุขแก่ชาวไทยด้วยลัทธิชาตินิยมที่แพร่กระจายมาจากจีน บ้างก็มาเพื่อแสวงหา ผลประโยชน์แล้วกลับสู่ประเทศตน ไม่มีความจงรักภักดีเหมือนชาวจีนอพยพในรุ่นแรกๆ (เกียรติศักดิ์ มั่นศรี. 2519 : 5)

กล่าวได้ว่าชาวจีนที่อยู่ในไทยนำเอาประเพณีวัฒนธรรมมาผสมผสานกลมกลืนกับวัฒนธรรมไทยอย่าง ลงตัว ขณะเดียวกันชาวจีนก็รักประเทศไทยตั้งแต่แผ่นดินแม่ เนื่องจากนโยบายของไทยไม่ได้กีดกันบีบบังคับ เหมือนกับชาวต่างชาติอื่นๆ ทว่าเปิดกว้างทั้งด้านความเชื่อและศาสนา

การท่องเที่ยวโดยสังเขป

แม้การท่องเที่ยวจะไม่ใช่วิถีชีวิต แต่ก็เป็นสิ่งสำคัญที่มนุษย์ส่วนใหญ่แสวงหามาตั้งแต่อดีต การ ท่องเที่ยวจะทำให้ได้พบกันสิ่งใหม่ๆ ทั้งเรื่องวัฒนธรรม ภาษา อาหาร วิถีชีวิต ฯลฯ นอกจากนี้หลายคนเชื่อว่าการ ท่องเที่ยวจะทำให้เราได้เรียนรู้เรื่องราวรอบตัว และยังได้เรียนรู้และทำความเข้าใจในตนเอง ได้รู้จักตนเองให้มากขึ้น

การท่องเที่ยวแบ่งเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ การท่องเที่ยวภายในประเทศจะไม่ทำให้เงินทองรั่วไหลไปต่างประเทศ จะได้พบเห็นวิถีชีวิต วัฒนธรรม ภาษา และอากาศ ที่เหมือนหรือใกล้เคียงกับวิถีชีวิตของตนเอง บางคนจึงไม่นิยมท่องเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจากต้องการค้นหาและพบเจอกับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ผิดแผกแปลกไปจากสิ่งที่ตนพบเจออยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน แม้จะใช้เงินและเวลาเดินทางน้อยกว่าก็ตามส่วนการท่องเที่ยวต่างประเทศนอกจากจะต้องใช้เงินมากกว่าแล้ว ยังต้องใช้เวลาในการเดินทางมากกว่าเช่นกัน แต่ก็จะได้เปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ที่หาไม่ได้ที่ไหน

ปัจจุบันการท่องเที่ยวได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ส่วนหนึ่งเป็นเพราะสื่อโซเชียลอย่างเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ฯลฯ ที่นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไปลงรูปและข้อมูลการท่องเที่ยวของตนเอง เพื่อแบ่งปันให้ผู้คนได้ทราบ ซึ่งจะทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมเที่ยวไทย

ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวมายาวนาน เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกโดยเฉพาะชาวจีน ซึ่งถือเป็นมิตรประเทศกันมาช้านาน หลายปีมานี้ชาวจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวอย่างมาก ส่วนหนึ่งอาจเพราะเศรษฐกิจจีนที่เจริญก้าวหน้า ทำให้ประชาชนจีนร่ำรวยขึ้นมาอย่างรวดเร็ว ปัจจัยสำคัญที่ชาวจีนนิยมเที่ยวไทยมาจากภาพยนตร์เรื่อง แก๊งม่วนป่วนไทยแลนด์ (Lost in Thailand) (Thaipbs. 2020 :ออนไลน์) ที่แสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจของประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นผลมาจากหลากหลายปัจจัย เลิศพร ภาระสกุล (2558) วิจัยในหัวข้อ “แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวจีนเลือกมาเที่ยวไทย ได้แก่

1. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบครันและความเป็นมิตรของคนไทย
2. ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย
3. ปัจจัยด้านราคาที่ถูกลง
4. ปัจจัยด้านแหล่งบันเทิงยามราตรีและสถานที่ที่เคยเห็นในภาพยนตร์

องค์ประกอบของปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบครันที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเองให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับคณะทัวร์ได้แก่ การมีอาหารที่ชาวจีนสามารถบริโภคได้ ความเป็นมิตรของคนไทยและการมีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกมากมาย ซึ่งหมายความว่าปัจจัยทั้ง 3 นี้เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเองสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

ปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางด้วยตนเองให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูดใจประเภทวิถีชีวิตดั้งเดิมทางภาคเหนือที่เชียงใหม่และเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับทัวร์

ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับสุดท้ายคือสถาบันบันเทิงยามราตรีและการแสดงของสาวประเภทสอง เป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับคณะทัวร์มากกว่านักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางด้วยตนเองเช่นเดียวกับปัจจัยทางด้านสถานที่ที่เคยเห็นมาแล้วจากภาพยนตร์ซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้ที่เลือกเดินทางมากับทัวร์มากกว่า

จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาเที่ยวไทย

คนจีนนิยมมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้นเรื่อยๆ จากปัจจัยต่างๆ ข้างต้น ซึ่งเพิ่มขึ้นเท่าตัวภายในเวลา 5 ปี จากปี พ.ศ. 2557 ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 4,636,298 คน และในปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากถึง 10,535,955 คน แสดงให้เห็นถึงความนิยมของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อประเทศไทย

มีข้อมูลสถิติที่น่าสนใจอีกหลายข้อที่เกี่ยวข้องกับการเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวจีน ในปี พ.ศ. 2561 นักท่องเที่ยวจีนเดินทางออกนอกประเทศมากถึง 150 ล้านครั้ง ถือเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางออกนอกประเทศมากที่สุดในโลก และมีแนวโน้มโตขึ้นเรื่อยๆ ขณะเดียวกันประเทศไทยเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวอันดับ 1 ของจีน ซึ่งกรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายที่ชาวจีนนิยมเดินทางไปมากที่สุด และมีเชียงใหม่ติดอยู่ในสิบอันดับแรก ส่วนพื้นที่ติดทะเลที่คนจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือภูเก็ต โดยมีกระบี่และสมุยติดอยู่ในสิบอันดับแรก

เฉพาะปี พ.ศ. 2561 นักท่องเที่ยวจีนใช้จ่ายในการเที่ยวต่างประเทศประมาณ 8 แสนล้านบาท หรือเฉลี่ย 5,400 หยวน หรือประมาณ 2.7 หมื่นบาทต่อคน เมืองต้นทางของนักท่องเที่ยวจีนที่ออกไปเที่ยวต่างประเทศมากที่สุดคือ เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง กว่างโจว เฉิงตู และฉงชิ่ง

นอกจากข้อมูลข้างต้นแล้ว ยังมีเกร็ดที่น่าสนใจอีก คือ คนจีนค้นหาคำว่า “เที่ยวไทย” (泰国旅游) เฉลี่ยวันละ 6,000 ครั้ง หรือประมาณเดือนละ 1.8 แสนครั้ง กลุ่มคนที่ค้นหาคำดังกล่าวอยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี รองลงมาคือ 40-49 ปี และผู้หญิงค้นหาข้อมูลเที่ยวไทยมากกว่าผู้ชายสัดส่วน 52% ต่อ 48%

คำค้นหาที่คนจีนกล่าวถึงต่อมาเมื่อต้องการหาข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยคือ จระเข้ ลิปสติก ข้าวเหนียวมะม่วง พุเรียน อาหารอร่อย เที่ยวไทย 5 วัน กรุงเทพฯ ฯลฯ ส่วนจังหวัดหรือเมืองที่คนจีนค้นหามากที่สุดคือ ภูเก็ต (ราว 4,500 ครั้งต่อวัน) พัทยา (ราว 2,500 ครั้งต่อวัน) กรุงเทพมหานคร (ราว 2,000 ครั้งต่อวัน) และ เชียงใหม่ (ราว 1,800 ครั้งต่อวัน) (Posttoday. 2019 : Online)

ประโยชน์ของการที่ชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในไทยและการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย

นักท่องเที่ยวจีนมาเที่ยวไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง นำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาท อันจะช่วยสร้างอาชีพ สร้างแรงงาน และกระจายรายได้ไปสู่ทุกอาชีพ ดังนั้นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เข้ามาเที่ยวประเทศไทย และนำรายได้จากการท่องเที่ยวไปพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 : 1)

จากการวิจัยหัวข้อ “แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย” โดยเลิศพร ภาระสกุล (2558) ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาเที่ยวไทย ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ประโยชน์ที่ไทยได้จากนักท่องเที่ยวจีนออกมาได้ ดังนี้

1. สนองความต้องการด้วยการซื้อของ : นักท่องเที่ยวจีนจำนวนมากเป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อ ประโยชน์ที่ไทยได้รับคือผู้ผลิตสินค้าและร้านค้ามีรายได้ รวมไปถึงผู้เกี่ยวข้องในการบวนการตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ พนักงานโรงงาน พนักงานขนส่ง พนักงานขาย ฯลฯ

2. ต้องการเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่าง : เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวก็จำเป็นต้องมีที่พัก อันจะสร้างรายได้ให้กับเจ้าของที่พัก พนักงานโรงแรม พ่อครัวโรงแรม แม่บ้าน ฯลฯ

3. ต้องการฟื้นฟูสุขภาพ : หากนักท่องเที่ยวเดินทางมาฟื้นฟูสุขภาพหรือรักษาตัวในโรงพยาบาลไทย รายได้ก็จะเข้าสู่โรงพยาบาล แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ ผู้ผลิตยารักษาโรค ฯลฯ

4. ต้องการทดลองอาหารไทย : เมื่อนักท่องเที่ยวกินอาหารไทย ก็จะสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ร้านอาหาร ผู้ขนส่งวัตถุดิบ พ่อครัว บริกร ฯลฯ

5. ต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจ : นักท่องเที่ยวที่มองหาโอกาสทางธุรกิจส่วนใหญ่มีเงินทุนจำนวนมาก ดังนั้นหากคนกลุ่มนี้เข้ามาลงทุนก็จะช่วยสร้างรายได้เชิงธุรกิจ ในขั้นแรกจะสร้างรายได้ให้กับบริษัทรับปรึกษาธุรกิจ เจ้าหน้าที่ปรึกษาทางธุรกิจ ล่ามแปลภาษา ฯลฯ

6. ต้องการหาความบันเทิงยามราตรี : นักท่องเที่ยวเงินนิยมไปเที่ยวตามสถานบันเทิงหรือชมการแสดงของสาวประเภทสอง ซึ่งจะสร้างรายได้ให้กับเจ้าของกิจการสถานบันเทิงหรือสถานที่โชว์สาวประเภทสอง พนักงานสถานบันเทิง ผู้ผลิตเครื่องดื่ม สาวประเภทสอง บาร์เทนเดอร์ นักดนตรี พ่อครัว ฯลฯ

7. แสวงหาความตื่นเต้นด้านการทำกิจกรรมผจญภัย : นักท่องเที่ยวเงินนิยมทำกิจกรรมผจญภัย เช่น ขับรถโกคาร์ท ปีนผาจำลอง ต่อยมวยไทย ซี่จักรยาน ล่องเรือ ซึ่งล้วนสร้างรายได้ให้กับเจ้าของสถานที่และพนักงาน เช่น ผู้ฝึกสอนขับรถโกคาร์ท ผู้ฝึกสอนปีนผาจำลอง ผู้ฝึกสอนมวย ช่างซ่อมบำรุงอุปกรณ์ ฯลฯ

8. ต้องการหาความสุขทางใจด้วยการทำบุญ : เนื่องจากชาวจีนนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหมือนกับชาวไทย นักท่องเที่ยวจีนบางกลุ่มจึงต้องการไหว้พระขอพร ช่วยให้อัตถ์หรือสถานธรรมมีรายได้ อาจรวมไปถึงการไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ทำบุญหน้าสถานที่ต่างๆ เช่น ศาลท้าวมหาพรหมบริเวณสี่แยกราชประสงค์ พระตรีมูรติหน้าห้างเซ็นทรัลเวิลด์ ทำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการห้างสรรพสินค้าหรือโรงแรมบริเวณใกล้เคียง สร้างรายได้ให้แก่ผู้คนจำนวนมาก เช่น เจ้าของห้างหรือโรงแรม พนักงาน ผู้ผลิตสินค้า คนขับรถสาธารณะ ฯลฯ

9. ต้องการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทย : นักท่องเที่ยวจีนจำนวนมากไม่น้อยนิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและไปตามสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยสร้างรายได้ให้กับผู้คนในชุมชน ทั้งผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร ที่พัก คนขับรถสาธารณะ ฯลฯ

ประโยชน์ข้างต้นสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 - 2564 ของกรมการท่องเที่ยว (2561) ซึ่งมีประเด็นสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย 11 ข้อ ได้แก่

1) จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ซึ่งให้ความสำคัญกับการเติบโตบนความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) การพัฒนาแนวทางการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก และกระจายนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวรอง ซึ่งสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนขนาดเล็ก

3) การพัฒนาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว ให้มีความชัดเจนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวลดการแข่งขันในมิติราคา สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่าง เรียนรู้ประวัติศาสตร์ไทย และทดลองกินอาหารไทย

- 4) การพัฒนาฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยว เพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง และแม่นยำในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ช่วยส่งเสริมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจีนอยากมาเที่ยวประเทศไทย
- 5) การเตรียมความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ
- 6) การพัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลเพื่อรองรับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการหลากหลาย มีรูปแบบพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงต้องหาช่องทางรองรับพฤติกรรมเหล่านั้นให้ครอบคลุม
- 7) การพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว
- 8) การยกระดับการอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- 9) การเตรียมความพร้อมรองรับปัญหาและวิกฤตทางการท่องเที่ยว เช่น โรคระบาด การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การก่อการร้าย และวิกฤตการณ์ทางการเมือง เป็นต้น
- 10) การพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศจีน ประเทศอินเดีย หรือประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวีย เป็นต้น เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อการท่องเที่ยว
- 11) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ให้นักท่องเที่ยวจีนเลือกท่องเที่ยวครั้งละหลายประเทศ สร้างรายได้ให้กับประเทศในภูมิภาคนี้ ซึ่งมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อันจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนไปพร้อมกัน

สรุป

จากหลักฐานทางโบราณคดีทำให้ทราบว่าจีนและไทยไปมาหาสู่กันมากกว่า 2,500 ปีมาแล้ว ต่อมาในช่วงอาณาจักรสุโขทัยมีการส่งคณะทูตเจริญสัมพันธไมตรี ให้ได้รับการยอมรับจากจักรพรรดิจีน ทั้งสองมีความสัมพันธ์แบบรัฐบรรณาการ เพื่อผลประโยชน์ด้านการเมืองการปกครอง ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยาการส่งบรรณาการไปจีนมีจุดประสงค์มุ่งเน้นไปในการค้ามากขึ้นเรื่อยๆ เมื่อถึงสมัยรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 3 เปิดการค้ากับชาติตะวันตกมากขึ้น เป็นเหตุให้ความสัมพันธ์ไทยจีนเริ่มเสื่อมลงทีละน้อย รัชกาลที่ 4 ส่งคณะทูตชุดสุดท้ายไปจีนเมื่อ พ.ศ. 2396 (ค.ศ. 1853) เป็นอันสิ้นสุดความสัมพันธ์แบบบรรณาการ เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ขึ้นเป็นนายกรัฐมนตรี ได้ใช้นโยบายเข้มงวดต่อจีนเพราะหวั่นกลัวลัทธิคอมมิวนิสต์จะสะท้อนความมั่นคง สั่งปิดโรงเรียนจีนทุกแห่ง ก่อนจะเริ่มมีการสถาปนาความสัมพันธ์ไทย-จีนขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2518 (ค.ศ. 1975) ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 (ค.ศ. 1992) รัฐบาลอานันท์ ปันยารชุน ประกาศยกเลิกข้อจำกัดเกี่ยวกับการเปิดโรงเรียนจีน ยกเว้นภาษาจีนให้เทียบเท่าภาษาต่างประเทศอื่นๆ

ในด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจจีนที่เจริญก้าวหน้าทำให้ประชาชนจีนร่ำรวยขึ้นมาอย่างรวดเร็ว ประกอบกับภาพยนตร์เรื่อง แก๊งม่วนป่วนไทยแลนด์ ที่เผยแพร่วัฒนธรรมและความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่งผลให้คนจีนหลั่งไหลกันมาเที่ยวประเทศไทยมหาศาล ปัจจุบันไทยจึงเป็นจุดหมายปลายทางอันดับ 1 ของจีน สร้างรายได้ให้กับคนไทยหลายแสนล้านบาทไปยังหลายภาคธุรกิจ ทั้งโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง โรงงานผู้ผลิตสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้กรมการท่องเที่ยวได้วางแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการ

ท่องเที่ยว ซึ่งบางส่วนสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน หากสอดคล้องได้ทั้งหมด ก็จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจีนต้องการมาเที่ยวไทยมากยิ่งขึ้น อันจะนำมาซึ่งรายได้มหาศาล

บรรณานุกรม

พิมพ์ประไพ พิศาลบุตร. “สายธารประวัติศาสตร์ ไทย จีน ตอนที่ 1 จีน-อยุธยา” [ออนไลน์] สืบค้นจาก :

<https://mgronline.com/china/detail/9580000108413> (13 ตุลาคม 2019)

พรพรรณ จันทโรนานนท์. “ชาวจีนในไทยมาจากไหน เปิดประวัติการอพยพยุคแรกเริ่ม ถึงการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม” [ออนไลน์] สืบค้นจาก: https://www.silpa-mag.com/history/article_26173 (16 ตุลาคม 2019)

MGROnline. “ไขปริศนา “หลุมดำ” ในการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย” [ออนไลน์] สืบค้นจาก :

<https://mgronline.com/china/detail/9510000127646> (16 ตุลาคม 2019)

Thaipbs. “ชาวจีนแห่เที่ยวไทยตามรอยหนัง Lost in Thailand” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://news.thaipbs.or.th/content/135806> (10 เมษายน 2020)

Posttoday. “เล่าเรื่องเที่ยวไทยในสายตาคนจีน” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://www.posttoday.com/social/think/584386> (25 เมษายน 2020)

เลิศพร ภาระสกุล. (2558) **แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย**. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย. (2538) “จีน-ไทย ภายใต้พระบรมโพธิสมภาร” **เอเชียปริทัศน์**. 16 (1) หน้า 24.

เกียรติศักดิ์ มั่นศรี. (2519) **สังคมชาวจีนในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์เสนอวิทยาลัยการทัพบก. หน้า 5

สืบแสง พรหมบุญ. (2525) **ความสัมพันธ์ในระบบบรรณาการระหว่างจีนกับไทย ค.ศ. 1282-1853**.

กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช

ขจิตถัย บุรุษพัฒน์. (2515) “นโยบายผสมกลมกลืนของรัฐบาลไทยต่อชาวจีน” **วารสารสังคมศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์**, 9 (1) มกราคม.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548) **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.

กรมการท่องเที่ยว. (2561). **แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564**. พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพฯ : วิโอพี ก๊อปปี้ปรีน.



	Name and Surname (姓名) : PRAJIT POMARIN
	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) : 77/45 songwat chakkrawat samphanthawong Bangkok, 10100



ข้าวต้มกับโจ๊กของชาวแต้จิ๋วในประเทศไทย

CONGEE “MI” AND PORRIDGE FOR TEOCHEW PEOPLE IN THAILAND

รัตนา จันทรสารโสภณ

RATANA JANTARASARSOPHON

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: ratana04@hotmail.com

Received: 18 April 2020 / Revised: 21 April 2020 / Accepted: 20 May 2020

บทคัดย่อ

ครอบครัวคนจีนแต้จิ๋วในประเทศไทยชอบกินข้าวต้ม (ข้าวต้ม ในภาษาจีนแต้จิ๋ว เรียกว่า “ม้วย”) กับโจ๊กมากเป็นพิเศษ และเป็นความคุ้นชินในการกินมาอย่างยาวนาน อาจจะกล่าวได้ว่าความชอบนี้มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในความคุ้นชินนี้ครอบครัวของคนจีนแต้จิ๋วจึงนำข้าวต้มและโจ๊กเป็นอาหารหลัก ทุกเช้าก่อนออกไปทำงานหรือศึกษาเล่าเรียนจะต้องทานข้าวต้มหรือโจ๊กหนึ่งชามพร้อมกับผักดองหรือกับข้าวอย่างง่ายก่อนจะออกจากบ้าน ประเทศไทยในปัจจุบันนี้ไม่ว่าตามถนนหรือตรอกซอกซอยก็จะพบร้านหรือแผงลอยที่ขายข้าวต้มหรือโจ๊กได้โดยทั่วไปได้ตลอดวัน จะเห็นได้ว่าข้าวต้มหรือโจ๊กได้กลายเป็นอาหารหลักประจำวันที่คนไทยจะขาดเสียมิได้

คำสำคัญ : ชาวแต้จิ๋วในประเทศไทย, ข้าวต้ม, โจ๊ก

ABSTRACT

Teochew families in Thailand especially like having congee, "Mi" ("Congee" in Teochew dialectics called "Mi"). It could be said that it is long-term eating habits, having "Mi", for Teochew people of Thailand, since ancient times, often having "Mi" as a staple food, having it with side dishes and pickles, in the morning, then going out to work or study. There are so many porridge shops and street vendors are selling "Mi", everywhere in Thailand day and night. Nowadays, Teochew "Mi" has become an indispensable diet culture in Thai people's daily life.

Keywords: Teochew People of Thailand, Congee, "Mi", Porridge

ในอดีตข้าวต้มกับโจ๊กถือว่าเป็นอาหารหลักมื้อเช้าที่สำคัญของครอบครัวชาวจีนแต่จิวในประเทศไทย ซึ่งทุกคนในครอบครัวจะต้องกินข้าวต้มก่อนออกจากบ้านไปทำงานหรือไปศึกษาเล่าเรียน นอกจากการกินข้าวต้มเป็นอาหารหลักมื้อเช้าแล้วในช่วงค่ำประมาณ 2-3 ทุ่มยังมีข้าวต้มเป็นอาหารรอบดึกอีก ซึ่งถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติของคนจีนแต่จิวบางครอบครัวที่สืบทอดกันมาจนทุกวันนี้

หากจะพูดกันถึงอาหารหลักของแต่ละประเทศในโลกนี้มีทั้งเหมือนและแตกต่างกัน เช่น ประเทศทางแถบตะวันตกส่วนใหญ่เป็นขนมปังชนิดต่างๆ หรือจำพวกเส้นเป็นอาหารหลัก หรือประเทศอินเดีย ศรีลังกา ปากีสถาน และบังคลาเทศก็จะทานโรตีสีเป็นอาหารหลัก สำหรับประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศไทยของเราคนทางภาคเหนือและภาคอีสานก็มีอาหารหลักที่แตกต่างกัน คนภาคกลางและภาคใต้จะทานข้าวเจ้าเป็นอาหารหลักส่วนคนทางภาคเหนือและภาคอีสานก็จะทานข้าวเหนียวเป็นอาหารหลัก สำหรับประเทศจีนอาหารหลักของคนจีนที่บริโภคกันนั้น มีไม่กี่อย่างเพียงอย่างเดียว เพราะข้าวปลูกไม่ได้ทั่วทุกภาคของประเทศ โดยเฉพาะทางภาคเหนือของประเทศ เนื่องจากอากาศหนาวเย็นไม่สามารถปลูกข้าวเจ้าได้ ปลูกได้แต่ข้าวสาลี ดังนั้นอาหารหลักของคนทางเหนือของประเทศจีนจึงเป็นอาหารที่แปรรูปจากข้าวสาลี เช่นหมั่นโถว ชาลาเปา บะหมี่ แผ่นแป้งชนิดต่างๆ ฯลฯ แต่คนจีนในภาคต่างๆก็ยังมีนิยมบริโภคข้าวสวยเป็นอาหารหลัก

โจ๊กกับข้าวต้มความเป็นมาและความแตกต่าง

โจ๊กในประเทศจีนมีประวัติความเป็นมายาวนานมาก ในหนังสือประวัติศาสตร์จีน กล่าวถึงฮ่องเต้ได้นำธัญพืชมาต้มเป็นโจ๊ก ในสมัยโบราณคำว่า “โจ๊ก” ใช้คำว่า “糜” (หมี่-จีนกลาง) ในราชวงศ์ถังและสมัยราชวงศ์ซ่งคำว่า “โจ๊ก” คือ “粥” (โจว-จีนกลาง) และคำนี้ได้กลายเป็นชื่อเรียกที่ทุกคนรู้จักสำหรับอาหารประเภทนี้ คนจีนโดยทั่วไปหรือแม้แต่คนแต่จิวเองก็ชอบกินโจ๊ก สำหรับชาวจีนแล้วความชอบในการกินโจ๊กนี้มีประวัติที่ยาวนานอย่างต่อเนื่องกันนับพันปี กล่าวกันว่าในสมัยราชวงศ์ซ่งเหนือมีนักปราชญ์ท่านหนึ่งนามว่า 吴复古 (อู่ฟู่กู่-จีนกลาง) ชาวเมืองเฉิงโจว (蓬州-จีนกลาง) อำเภอเจียหยาง (揭阳-จีนกลาง) ผู้เคยเป็นพระอาจารย์ของพระจักรพรรดิและเป็นเพื่อนรักกับซูตงพั่ว (苏东坡-จีนกลาง) กวีเอกสมัยราชวงศ์ซ่งเหนือ ได้ให้ความสำคัญกับ

การกินโจ๊กเพื่อบำรุงสุขภาพเป็นอย่างมาก เขากล่าวว่าโจ๊กสามารถ "ชะลอความชราและเป็นประโยชน์ต่อกระเพาะอาหาร" (《潮州白粥》. 11 Feb 2020 : online)

“กวางตงโจว” หรือโจ๊กกวางตง (广东粥-จีนกลาง) เป็นอาหารพื้นบ้านที่มีชื่อเสียงไม่เพียงแต่เป็นที่ชื่นชอบของชาวกวางตงเท่านั้น ชาวจีนภาษาอื่นๆ ก็ชื่นชอบเช่นกัน กล่าวกันว่าชาวกวางตงเป็นเจ้าของตำรับในการทำโจ๊กกวางตง แต่ร้านขายโจ๊กในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นชาวแต้จิ๋ว ทั้งนี้ก็อาจเป็นเพราะจำนวนชาวจีนอพยพมาอยู่ประเทศไทยมากที่สุด และอีกสาเหตุก็คือเมืองแต้จิ๋วเป็นส่วนหนึ่งของมณฑลกวางตงจึงเป็นไปได้ว่าชาวแต้จิ๋วได้รับเอาวัฒนธรรมอาหารกวางตงมาเป็นของตนในบางอย่าง ดังนั้นจึงกล่าวกันได้ว่าชาวแต้จิ๋วคือผู้รับเอาวัฒนธรรมโจ๊กของชาวกวางตงมาปรับและดัดแปลงเป็นแบบฉบับของตน ในกรุงเทพฯ ผู้คนที่คุ้นเคยเรื่องโจ๊กกันนั้น ส่วนใหญ่เป็นโจ๊กแบบแต้จิ๋ว ดังนั้นเมื่อไปร้านขายโจ๊กคนทั่วไปจึงไม่รู้ว่าโจ๊กแบบไหนคือโจ๊กกวางตงและแบบใดคือโจ๊กแต้จิ๋ว โจ๊กกวางตงนั้นมีหลายตำรับ เช่น โจ๊กปลา โจ๊กปู โจ๊กหมูสับ โจ๊กเนื้อ โจ๊กไก่ ฯลฯ บางรายการอาจจะใส่ไข่เยี่ยวม้าเพิ่มลงไปด้วยและมีต้นหอมขิงอ่อนซอยโรยหน้า หรืออาจจะมีส่วนหั่นข้าวทอดกรอบใส่เพิ่มเมื่อรับประทาน ส่วนโจ๊กแบบแต้จิ๋วดั้งเดิมไม่ได้มีหลายตำรับเหมือนของชาวกวางตง ซึ่งดูเหมือนจะมีเพียงตำรับเดียวเท่านั้น คือโจ๊กหมู ที่ปัจจุบันนิยมใส่ทั้งหมูสับ ตับหมู กระเพาะหมู หรือจะใส่ไข่ไก่ด้วยก็ได้แล้วแต่ความชอบ

ที่ประเทศไทยเมื่อพูดถึง “ข้าวต้ม” กับ “โจ๊ก” ทุกคนต่างสามารถแยกความแตกต่างของข้าวสองอย่างนี้ได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพราะโจ๊กกับข้าวต้มนั้นมีความต่างกันอย่างชัดเจนในสายตาของคนไทย ชาวแต้จิ๋วเรียกข้าวต้มว่า “ม้วย” (糜-แต้จิ๋ว) ซึ่งก็คือการนำข้าวเจ้ามาต้มจนเม็ดข้าวสุกบาน แต่เม็ดข้าวยังเป็นเม็ดอยู่และมีน้ำในข้าวมาก ชาวจีนทั่วไปเรียกกันว่า “ซีฟิ่น” (稀饭-จีนกลาง) ไทยเรียกว่า “ข้าวต้ม” การต้มข้าวต้มของชาวแต้จิ๋วก็มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวและข้าวต้มต้องกินพร้อมกับข้าว เวลาจะกินก็ตักข้าวก่อนค่อยตักน้ำข้าวตามลงไป นอกจากนั้นยังมีข้าวต้มอีกชนิดหนึ่งที่ทำจากการหุงเป็นข้าวสวยก่อน แล้วจึงใส่น้ำทำเป็นข้าวต้ม จากนั้นก็ใส่น้ำมันสัตว์ใส่ลงในข้าวต้ม แล้วเรียกชื่อข้าวต้มนั้นตามวัสดุที่ใส่ เช่น ข้าวต้มที่ใส่น้ำมันหมูเรียกว่าข้าวต้มหมู ใส่ปลาเรียกว่าข้าวต้มปลา หรือใส่กุ้งก็จะเรียกว่าข้าวต้มกุ้ง เป็นต้น

ส่วนการทำ “โจ๊ก” (粥) คือการนำข้าวเจ้าหรือปลายข้าวเจ้ามาต้มจนเม็ดข้าวสุกบานเปื่อยไม่เป็นเม็ดและต้มจนข้นออกเหนียวเรียกว่า “โจ๊ก” คนไทยรู้จัก และเข้าใจความหมายของคำว่า “โจ๊ก” และสามารถแยกคำเรียก “ข้าวต้ม” และ “โจ๊ก” ออกจากกันได้อย่างชัดเจน เพราะคนไทยนิยมเสิร์ฟข้าวต้ม “โจ๊ก” มาใช้เป็น “โจ๊ก” ดังนั้น โจ๊กไม่ใช่ข้าวต้ม ซึ่งชาวแต้จิ๋วเรียกว่า “ม้วย” และม้วยก็ไม่ใช่ “โจ๊ก”

ความสำคัญของข้าวต้มในวิถีชีวิตชาวจีนแต้จิ๋ว

เมืองแต้จิ๋ว ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของมณฑลกวางตงประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้เคยประสบปัญหาทางด้านการเมือง ที่ดินทำกินไม่เพียงพอกับจำนวนประชากรที่หนาแน่น ประกอบกับในพื้นที่มักเกิดภัยธรรมชาติทำให้เกิดความแร้นแค้นในการดำรงชีวิต จึงทำให้คนแต้จิ๋วจำนวนมากจำใจละทิ้งถิ่นฐานบ้านเกิดและครอบครัวอันเป็นที่รักอพยพสู่ต่างประเทศ หาแหล่งทำมาหากินใหม่เพื่อความอยู่รอด

ชาวจีนแต้จิ๋วถือเป็นประชากรส่วนน้อยของประเทศจีน แต่เมื่อเทียบกับกับชาวจีนกลุ่มภาษาอื่นๆที่อพยพเข้ามาสู่ประเทศไทยแล้วชาวจีนแต้จิ๋วกลายเป็นชาวจีนกลุ่มภาษาตามภูมิลำเนาเดิม (籍贯-จี๋กวัน) ที่มีจำนวนมากที่สุด โดยเฉพาะส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ

เมื่อชาวจีนแต้จิ๋วอพยพไปที่ใด ก็ได้นำพาประเพณีวัฒนธรรมของตนไปด้วย วัฒนธรรมด้านอาหารการกินของชาวจีนแต้จิ๋วก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเข้ามายังต่างถิ่นพร้อมชาวจีนแต้จิ๋วอพยพ (รัตน จันทรสสารโสภณ. 2562 : บทนำ)

ชาวจีนแต้จิ๋วเรียกข้าวต้มว่า “ม้วย” (糜-แต้จิ๋ว) และเรียกข้าวต้มเปล่าว่า “แป๊ะม้วย” (白糜-แต้จิ๋ว) เป็นข้าวที่คนแต้จิ๋วรักและชอบกินเป็นชีวิตจิตใจ สังเกตได้ในครอบครัวชาวแต้จิ๋วในไทยบางครอบครัวใช้ข้าวต้มเป็นอาหารหลัก ส่วนจะเป็นข้าวต้มเปล่าที่กินกับกับข้าวหรือเป็นข้าวต้มหมู ข้าวต้มกุ้งก็สุดแล้วแต่กันว่าครอบครัวนั้นได้กินข้าวต้มเป็นอาหารหลักในมื้อเช้าแล้ว ในอดีตครอบครัวคนไทยเชื้อสายจีนจะทานข้าวกันวันละ 4 มื้อ คือ มื้อเช้าตอน 7 นาฬิกา มื้อเที่ยงประมาณ 12 นาฬิกา มื้อเย็นประมาณ 5 นาฬิกา และ มื้อค่ำหรือมือดึกประมาณ 2-3 ทุ่ม ในปัจจุบันบางครอบครัวยังมีการรับประทานข้าวต้มมือดึกที่กล่าวมานี้ด้วย

คำในภาษาจีนที่มีความหมายว่า “ข้าวต้ม” มี 3 คำดังนี้

1. ม้วย (糜-แต้จิ๋ว) คำนี้เป็นคำภาษาแต้จิ๋ว หมายถึงข้าวที่ต้มจนสุกเม็ดบานแต่ไม่เละ ข้าวต้มยังแบ่งออกได้อีกสองแบบคือ “เซี่ยะม้วย” (淖糜-แต้จิ๋ว) หมายถึงข้าวต้มเหลวมีน้ำมาก และ “กิกม้วย” (稠糜-แต้จิ๋ว) ข้าวต้มอัดแห้งมีน้ำน้อย

2. ซีฟาน (稀饭-จีนกลาง) เป็นชื่อที่ชาวจีนทั่วไปใช้เรียกข้าวต้มที่คล้ายเซี่ยะม้วย ซึ่งมีข้าว้น้อยมากแต่น้ำค่อนข้างมาก จนดูเป็นน้ำข้าวจะมากกว่าเม็ดข้าว หรือบางครั้งอาจนำข้าวสวยมาดัดแปลงต้มเป็นข้าวต้มก็ได้ แต่วิธีนี้ชาวแต้จิ๋วจะไม่นิยม

3. โจว (粥-จีนกลาง) ในความเข้าใจของชาวจีนส่วนใหญ่ “โจว” ความหมายว่า “ข้าวต้ม” คือ วิธีการต้มที่มีข้าวมากกว่า “ซีฟาน” เวลาต้มต้องใส่น้ำมากๆ ต้มสุกจนเม็ดข้าวบานเต็มที่และเข้ากับน้ำแต่ยังมีน้ำอยู่ไม่แห้งเป็นข้าวสวย ก็เรียกรวมกันไปหมดว่า “โจว” หรือออกเสียงว่า “จิก” ในภาษาจีนแต้จิ๋วและคนไทยเรียกว่า “โจ๊ก”

เรื่องราวของข้าวต้มเปล่า

ชาวแต้จิ๋วในประเทศจีนเองก็ยังนิยมกินข้าวต้มอยู่มาจนถึงปัจจุบัน หนังสือพิมพ์ไฉโจวย่อเป้าที่หมี่สี่หังเขียนเรื่อง “ไปหมี่พื้นจือหมี่” (《白米饭之谜》) ได้ตีพิมพ์บทความเกี่ยวกับข้าวต้มเปล่าไว้ว่า ในสมัยก่อนในครอบครัวชาวแต้จิ๋วมีข้อควรปฏิบัติบนโต๊ะอาหารที่ได้ถ่ายทอดมาจากครอบครัวอยู่ข้อหนึ่งว่า เมื่อรับประทานอาหารต้องรับประทานข้าวต้มเปล่าก่อน 3 คำเชื่อกันว่าจะทำให้มีอายุยืนยาว ดังนั้นชาวจีนจึงนิยมทานข้าวต้ม 3 คำก่อนจึงจะเริ่มทานกับข้าวได้ ข้อปฏิบัติบนโต๊ะอาหารนี้มีที่กล่าวคือ ในสมัยราชวงศ์หมิง มีบันทึกเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพที่เขียนไว้ในหนังสือชื่อ “จุนเจิงปาเฉียน” (《遵生八笺》) ว่ามีพระภิกษุรูปหนึ่งเวลารับประทานอาหารจะต้องรับประทานข้าวต้มเปล่า 3 คำก่อนเสมอ ข้าวต้มคำแรกเพื่อจะได้รับรู้รสชาติที่แท้จริงของข้าว เพราะมนุษย์เราส่วนใหญ่จะรับประทานอาหารที่มีรสชาติอื่นรวมอยู่ด้วยเสมอ จึงไม่สามารถรู้

รสชาติอาหารที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร ถ้าหากได้รับประทานอาหารที่มีรสชาติจี๊ดจ๊าดจะทำให้รับรู้ได้ถึงรสชาติดั้งเดิมที่มีรสชาติหวานปนอยู่อย่างเป็นธรรมชาติได้ ข้าวต้มคำที่สองเพื่อให้ระลึกถึงแหล่งที่มาของธัญพืช ส่วนข้าวต้มคำที่สามเพื่อระลึกถึงความยากลำบากของชาวนาที่ปลูกข้าว ผู้เขียนได้แสดงความคิดเห็นถึงการทานข้าวต้มเปล่าสามคำไว้ว่า เพื่อเป็นการเตือนผู้คนที่พื้นฐานของอาหารก็คือข้าว รสชาติที่แท้จริงก็คือความจี๊ดจ๊าดยิ่งดี รสชาติของข้าวต้มขมหนึ่งมีความหวานที่เป็นธรรมชาติมาจากข้าว ซึ่งถือว่าเป็นความสมบูรณ์แบบที่งดงาม

รสชาติของข้าวต้มเปล่านั้น ไม่เค็มไม่หวานไม่เผ็ดไม่เปรี้ยวแต่มีรสชาติจี๊ดบริสุทธิ์ ถ้าคนได้รับประทานข้าวต้มเปล่าทุกวัน ก็จะทำให้คนผู้นั้นมีความคุ้นชินกับรสชาติจี๊ดซึ่งจะเป็นการดีต่อสุขภาพ (米丽宏《潮州日报》数字报 2019 年 14 日)

ในประเทศไทยวัฒนธรรมทางด้านอาหารการกินของชาวจีนมีบทบาทมากต่อวิถีชีวิตของคนไทยเชื้อสายจีนมาจนถึงปัจจุบันที่ใดมีร้านค้าเราก็จะสามารถหาอาหารหรือของทานเล่นของชาวจีนแท้ๆได้ เรื่องราวที่เกี่ยวกับการทาน “แป๊ะม้วย” (白糜) หรือข้าวต้มเปล่าของชาวจีนแท้ๆ เหตุผลใหญ่มีสองประการด้วยกัน ประการแรกคือ ภูมิอากาศของเมืองแต้จิ๋วร้อนชื้น คนที่อาศัยอยู่ในแถบนี้จะเสียเหงื่อมาก การกินข้าวต้มช่วยรักษากระเพาะ ประการสองเนื่องจากการดำเนินชีวิตในสมัยก่อนของชาวจีนแท้ๆอย่างยากลำบาก เมืองแต้จิ๋วตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงใต้ของจีนมีที่ดินทำมาหากินน้อยแต่มีประชากรมาก อีกทั้งยังมีผลผลิตน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการ ดังนั้น การทานข้าวต้มเปล่าของชาวจีนแท้ๆจึงเหมือนการถูกบังคับโดยปริยาย เวลาหุงข้าวต้องใช้ข้าวในปริมาณที่จำกัด เพื่อเป็นการประหยัดจึงได้หุงข้าวต้มแทนการหุงข้าวสวย กล่าวคือ ถ้านำข้าวสารครึ่งกิโลมาหุงเป็นข้าวสวยอาจจะเพียงพอสำหรับคนที่ใช้แรงงานเพียงแค่สองคน แต่หากนำข้าวสารมาหุงเป็นข้าวต้มก็เป็นไปได้ว่าเพียงพอสำหรับทุกคนในครอบครัว ข้าวต้มนั้นโดยดั้งเดิม ก็เป็นอาหารของคนจนอยู่แล้ว ดังสำนวนแต้จิ๋วที่ว่า บุง-ซา-โฮ่ว-สี่-เซียะ-ม้วย-จับ-หยี่ (燴三鰓四，淖糜十二-แต้จิ๋ว) หมายถึงข้าวสารในปริมาณที่หุงเป็นข้าวสวยได้ 3 ขาม จะต้มเป็นข้าวสวยแบบนิ่มมากได้ 4 ขาม และต้มเป็นข้าวต้มแบบน้ำมากๆได้ถึง 12 ขาม หากหุงเป็นข้าวสวยเวลารับประทานยังต้องมีกับข้าวอีกด้วย คนจนทั่วไปไม่สามารถจะหาคับข้าวมาทานกับข้าวสวยได้ แต่ถ้าหุงเป็นข้าวต้มแล้ว การหาคับข้าวที่จะทานกับข้าวต้มก็หาได้ง่ายเพราะสามารถนำวัตถุดิบที่หาได้ง่ายภายในท้องถิ่นที่มีราคาไม่แพงมาทำเป็นกับข้าว หรือมีเพียงแค่ผักดองเค็มก็ได้แล้ว ในสมัยก่อนการดูแลสุขภาพเป็นเรื่องของคนที่มีฐานะร่ำรวยเท่านั้น สำหรับคนจนสิ่งสำคัญอันดับแรกคือกินเพื่ออิ่มท้องจะได้มีแรงเพื่อทำงาน ไม่มีโอกาสที่จะกินข้าวสวยได้ มีแต่โอกาสกินแต่ข้าวต้มแทนข้าวสวยและการที่ไม่มีโอกาสกินเนื้อสัตว์บ่อยมากนักของคนจนกลับเป็นผลดีต่อสุขภาพ เนื่องจากการทานข้าวต้มจะช่วยในการล้างลำไส้ ช่วยควบคุมการทำงานของกระเพาะอาหารและยังช่วยในเรื่องระบบขับถ่ายได้ดีอีกด้วย

ในอดีตชาวจีนแท้ๆในไทยเรียกข้าวต้มที่ขายในร้านข้าวต้มว่า “จิวเซียม้วย” (手车糜-แต้จิ๋ว) เนื่องจากมีคนจีนที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยจำนวนไม่น้อยยึดอาชีพเป็นคนลากรถบนถนนยาวราช ชาวจีนแท้ๆในย่านนั้นจึงเรียกรถแบบนี้ว่า “จิวเซีย” (手车-แต้จิ๋ว) หมายถึงรถใช้มือลาก และคนไทยเรียกว่า “รถเจ๊ก” ต่อมาจำนวนคนลากรถเพิ่มมากขึ้น จึงเกิดมีร้านขายข้าวต้มบริการให้กับคนที่ทำอาชีพนี้ ดังนั้น ชาวจีนแท้ๆจึงเรียกข้าวต้มที่ขายนี้ว่า

“ซิวเซียม้วย” คำว่า “ม้วย” เป็นคำเรียกเฉพาะข้าวต้มของชาวแต้จิ๋วเท่านั้น ดังนั้น ชื่อนี้จึงน่าจะหมายถึง ข้าวต้มสำหรับคนลากรถเจ๊ก “ซิวเซียม้วย” จึงเป็นชื่อเก่าแก่ที่เคยใช้กันในหมู่ชาวจีนย่านเยาวราช “ซิวเซียม้วย” ปัจจุบันชื่อนี้ได้สูญหายไปแล้ว เนื่องจากไม่มีอาชีพคนลากรถบนถนนเยาวราชอีกต่อไปแล้ว (พชร ธนภัทรกุล. 11 Mar 2020: online)

เมื่อกล่าวถึงเรื่องข้าวต้มก็ใคร่จะพูดถึง “ข้าวต้มขามแรก” ที่ชาวจีนอพยพทุกคนได้รับจากมูลนิธิป่อเต็กตึ้งตั้งเมื่อประมาณ 80 ปีที่แล้ว ข้าวต้มขามแรกของชาวจีนอพยพที่หลังจากพวกเขาได้ใช้ชีวิตรอนแรมเป็นเวลานานบนเรือสำเภา เมื่อมาถึงประเทศไทยก็ได้ทานข้าวต้มที่มูลนิธิป่อเต็กตึ้งได้ทำแจกพร้อมกับน้ำดื่ม เพื่อแสดงให้ชาวจีนอพยพทุกคนได้รับความอบอุ่นใจและรู้ว่าแผ่นดินไทยและชาวจีนที่อาศัยอยู่บนพื้นแผ่นดินนี้มาก่อนยินดีต้อนรับและให้ความช่วยเหลือพวกเขาตามกฎหมาย การที่มูลนิธิป่อเต็กตึ้งทำเช่นนี้ก็เพื่อตอบแทนคุณของแผ่นดินไทย และปฏิบัติตามปณิธานของท่านหลวงปู่ไต้ฮงกง (大峰祖师公)

เรื่องราวของโจ๊ก

คนต่างชาติหลายคนมักไม่รู้ว่ข้าวต้มและโจ๊กต่างกันอย่างไร หลายคนมักคิดว่าเหมือนกันเป็นชนิดเดียวกัน แต่โดยความเป็นจริงแล้วทั้งสองชนิดแตกต่างกันมาก ข้าวต้มเป็นอาหารที่มีลักษณะพิเศษของจีนที่ไม่เหมือนใคร วิธีการต้มโจ๊กก็พิเศษเช่นกัน แต่ขั้นตอนยุ่งยากกว่าการทำข้าวต้ม การใช้ไฟในเวลาต้มโจ๊กจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษโจ๊กโดยทั่วไปจะใส่น้ำหรือเครื่องในสัตว์หรือธัญพืชก็ได้ วัสดุดิบที่นำมาทำโจ๊กในแต่ละท้องถิ่นของประเทศจีนก็จะแตกต่างกันออกไป เช่น การนำข้าวฟ่างข้าวสาลีดำเมล็ดบัวถั่วลิสงข้าวบาร์เลย์ถั่วแดงเห็ดหูหนูขาวมาเป็นส่วนผสมในการทำโจ๊ก โจ๊กใช้เวลาการต้มค่อนข้างด้วยการเคี่ยวปลายข้าวกับน้ำจนเปื่อย ทำให้เกิดเป็นโจ๊กหลากหลายชนิดที่พบเห็นตามร้านขายโจ๊กไม่ว่าในประเทศจีน หรือฮ่องกง ส่วนในประเทศไทยไม่ว่าจะในกรุงเทพฯ หรือตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศไทยเราสามารถพบเห็นร้านขายโจ๊กได้อย่างแพร่หลาย เฉพาะในกรุงเทพฯ ก็มีร้านขายโจ๊กที่มีขนาดใหญ่เล็กอยู่หลายร้อยเจ้าทั้งตามตลาดสดทั่วไป ตามห้างสรรพสินค้าหรือแม้แต่ริมทางเท้าทั่วไปก็มีโจ๊กขาย โจ๊กร้านดังอันเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่นักกินชาวไทย เช่น โจ๊กสามย่าน โจ๊กกองปราบ โจ๊กมัลลิกา โจ๊กมหาดไทย โจ๊กบางกอก โจ๊กบรรทัดทอง โจ๊กปิ่นซ์ บางรัก หรือ โจ๊ก 9 หม้อ บางลำภู เป็นต้น ร้านเหล่านี้ได้เปิดกิจการขายโจ๊กกันมานานนับหลายสิบปี

ประโยชน์ของโจ๊กต่อสุขภาพ

โจ๊ก ถือว่าเป็นอาหารหลักชนิดหนึ่งของชาวจีนในปัจจุบัน เราสามารถทำโจ๊กได้ตามความต้องการหรือตามความชอบของตนเองเนื่องด้วยคนจีนเป็นคนเจ้าความคิด และพยายามใช้ทุกอย่างรอบตัวที่สามารถบริโภคได้นำมาประกอบอาหารเพื่อความอยู่รอด ในอดีตประชากรจีนส่วนใหญ่ไม่ได้ร่ำรวย ชาวบ้านในระดับล่างไม่ได้มีเงินทองสามารถบริโภคอาหารที่มีเนื้อสัตว์ได้ทุกมื้อ ดังนั้นคนจีนจึงใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านคิดสูตรอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพและอวัยวะต่างภายในร่างกายให้สมบูรณ์แข็งแรงโดยไม่ต้องสิ้นเปลืองเงินทอง โดยเน้นธัญพืชสมุนไพร

หรือเนื้อสัตว์ที่ไม่มีราคาแพงและหาได้ง่ายภายในท้องถิ่นมาแปรรูปปรุงเป็นอาหาร จึงเกิดโจ๊กหลากหลายชนิด เช่นโจ๊กเข้าเครื่องยา คือการใส่ยากับข้าวสารต้มเป็นโจ๊ก ซึ่งแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ ดังนี้

1. **อาหารเครื่องยาจีนสำหรับบำบัดโรคเกี่ยวกับระบบโลหิต** “โจ๊กเทวดา” (仙人粥) บำรุงตับไตและเลือด เหมาะสำหรับบำบัดอาการตับไตเย็นพร่อง เลือดและสารจำเป็นไม่เพียงพอ ผมหงอกก่อนวัย โลหิตจางเพราะขาดธาตุเหล็กและไขมันในเลือดสูง

2. **อาหารเครื่องยาจีนสำหรับบำบัดโรคเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ** “โจ๊กหล่อฮั้งก้วย” (罗汉果粥) บำรุงปอด แก้ไอ หล่อลื่นลำไส้ ช่วยอุจจาระตามปกติ เหมาะสำหรับบำบัดอาการโรคไทรอยด์ในเด็ก ปอดร้อน ลำไส้แห้ง ท้องผูก คอและหลอดลมอักเสบเรื้อรัง กินประจำเป็นประโยชน์ต่อเส้นเสียงในลำคอ

3. **อาหารยาจีนสำหรับบำรุงตับ** “โจ๊กตับไก่” (鸡肝粥) บำรุงตับและสายตาหรือ “โจ๊กตับหมูถั่วเขียว” (猪肝绿豆粥) บำรุงเลือดและตับ ขับของเหลวในร่างกายบรรเทาอาการบวม

4. **อาหารเครื่องยาจีนสำหรับบำรุงไต** “โจ๊กเป่าฮื้อ” (生滚带子粥) บำรุงไตและยิน ปรับโองซี่ เสริมอวัยวะภายในให้แข็งแรง บรรเทาอาการปัสสาวะบ่อย “โจ๊กเซ่งจี้” (腰花粥) บำรุงไต ช่วยให้ช่วงเอวแข็งแรง อาการเครื่องยาจีนสำหรับบำรุงหัวใจ “โจ๊กลำไย” (桂圆粥) บำรุงใจ สงบจิต แก้อาการหิว บำรุงเลือด

5. **อาหารเครื่องยาจีนสำหรับบำรุงปอด** “โจ๊กแปะฮะ” (百合粥) แก้ไอ บำรุงปอด แก้อาการหิวใจ และสงบประสาท

6. **อาหารเครื่องยาจีนสำหรับประสาทและสุขภาพจิต** “โจ๊กเซ่งจี้สดเคี้ยว” สงบจิตใจ บำรุงพลังและเสริมส่วนที่พร่องของร่างกาย เหมาะสำหรับบำบัดอาการสมองเสื่อมในผู้สูงอายุ อันมีสาเหตุจากตับไตเย็นพร่องและเสมหะอุดตัน เป็นต้น

7. **อาหารเครื่องยาจีนสำหรับบำบัดโรคเฉพาะสตรี** “โจ๊กเนื้อแพะฉงย้ง” บำรุงไต พุงหยาง บำรุงมดลูก เพิ่มโอกาสการตั้งครรภ์ เหมาะสำหรับรักษาสตรีที่มดลูกอ่อนแอ ประจำเดือนไม่ปกติ ปวดท้องน้อย หน้าซีด ตั้งครรภ์ยาก (โดยที่ระบบสืบพันธุ์ของชาย-หญิงเป็นปกติ)

8. **อาหารเครื่องยาจีนสำหรับบำบัดโรคเกี่ยวกับตา** “โจ๊กบำรุงตับและม้าม” บำรุง ตับ ม้าม สายตา เหมาะสมสำหรับรักษาโรคต้อกระจก ตาฝ้าฟาง สายตาเสื่อม อาการเขื่องซึม และร่างกายอ่อนแอ

9. **อาหารเครื่องยาจีนสำหรับบำบัดโรค หู คอ จมูก** “โจ๊กขับเหงื่อแก้เจ็บคอ” ขับเหงื่อ สลายร้อน ชุ่มคอ ขจัดเสมหะ เหมาะสำหรับบำบัดอาการคออักเสบชนิดเฉียบพลัน เป็น หนองง่าย ลำคอปวดบวม มีเสลดมาก ปากแห้ง และปวดศีรษะ

10. **อาหารเครื่องยาจีนสำหรับบำบัดโรคเนื้องอก** “โจ๊กสามโอสถ” ขับร้อน ถอนพิษ สลายก้อนเลือด เหมาะสำหรับบำบัดอาการตัวเหลือง เป็นไข้ ท้องมาน และพองแห่ง อันมีสาเหตุจากมะเร็งตับอ่อน

(นักวิชาการทางการแพทย์จากสำนักพิมพ์เทคโนโลยีแห่งการเมืองเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน เรียบเรียงประพันธ์ มโนมัยวิบูลย์ ก่อศักดิ์ ธรรมเจริญกิจ และคณะ แปล. 2550: 29,120,132,148,162,244,288,319,371,428, 436,447)

ข้อดีของการรับประทานโจ๊ก

1. เพิ่มการทำงานของกระเพาะอาหารและม้าม
2. ช่วยระบบการย่อยอาหารของกระเพาะอาหารและลำไส้
3. เพิ่มความอยาก บำรุงร่างกาย โจ๊กสามารถเพิ่มภูมิคุ้มกันและดีต่อการเผาผลาญพลังงาน
4. โจ๊กยังสามารถป้องกันอาการท้องผูกรับประทานข้าวต้มเป็นอาหารเช้าสามารถทำความสะอาดกระเพาะอาหารและลำไส้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อร่างกายเป็นอย่างมาก

โจ๊กก็เหมือนอาหารชนิดอื่นๆ แม้ว่าการรับประทานโจ๊กจะมีประโยชน์มากมาย แต่ก็มีข้อห้ามว่าไม่ควรรับประทานโจ๊กบ่อยเกินไปเพราะจะทำให้ร่างกายเสียการสมดุลและอาจจะทำให้ขาดสารอาหารชนิดอื่นๆ ได้

อาหารที่นิยมรับประทานกับข้าวต้มในประเทศไทย

ข้าวต้มเปล่าหรือข้าวต้มก๊วย (ในอดีตจะหมายถึงอาหารของคนผู้ไร้แรงงาน ซึ่งคนจีนที่อพยพเข้ามาสู่ประเทศไทยในช่วงแรกๆ มีจำนวนไม่น้อยที่ประกอบอาชีพนี้ เนื่องจากไม่ต้องใช้ความรู้ความสามารถอะไรมากมายอาศัยแค่แรงก็เพียงพอแล้วคำว่า “ก๊วย” เป็นคำไทยที่ยืมมาจากคำจีน ซึ่งจะมีความหมายไปในทางที่ไม่ค่อยจะดี เช่น “เคียดเกียก๊วย” หมายถึงคนไม่ดี ประพฤติตนเป็นอันธพาล เป็นต้น) เป็นอาหารรอบดึกที่คนไทยรู้จักกันเป็นอย่างดีและมีผู้นิยมรับประทานมาอย่างยาวนาน เนื่องจากในสมัยก่อนมีโรงภาพยนตร์ฉายหนังรอบดึกกว่าจะเลิกก็ประมาณเที่ยงคืน พอโรงหนังเลิกผู้คนหิว จึงต้องหาอะไรที่ไม่หนักท้องและย่อยง่ายมากิน ดังนั้น ผู้คนส่วนใหญ่จึงนิยมกินข้าวต้มเป็นอาหารรอบดึก ร้านข้าวต้มที่พบเห็นได้ทั่วไปส่วนใหญ่ในอดีตจะมีอาหารมากมายหลากหลายประเภทล้วนแต่เป็นอาหารที่ทำสำเร็จพร้อมรับประทานใส่ในถาด หม้อและกะละมังวางเรียงเต็มแผงหน้าร้าน แต่ในปัจจุบันจะมีบริการทำอาหารตามสั่งที่ลูกค้าต้องการเป็นพิเศษอีกด้วย อาหารที่คนไทยที่นิยมกินกับข้าวต้มก๊วยนั้นมีมากมายหลากหลายชนิดทั้งผัด ต้ม ทอด นึ่ง เอกลักษณะอีกอย่างของร้านข้าวต้มก๊วยคือ อาหารยังเป็นแบบดั้งเดิมอยู่ รสชาติยังคงมีความเป็นอาหารจีนอยู่บ้างวิธีการทำข้าวต้มก็มีการเปลี่ยนวิธีการทำจากเดิมเพิ่มความเป็นไทยโดยไม่ใส่เพียงข้าวสารอย่างเดียวมาเป็นการใช้ข้าวเหนียวจำนวนหนึ่งพร้อมใบเตยลงไปต้มรวมกับข้าวสารด้วย ข้าวต้มที่ต้มออกมา ก็จะเหนียวข้นและมีกลิ่นใบเตยผสมอยู่ ส่วนอาหารที่กินกับข้าวต้มก็มีการปรับปรุงรสชาติให้ถูกปากถูกคอถูกใจคนรุ่นใหม่ด้วยเช่นกัน แม้ว่าร้านข้าวต้มจะสามารถสั่งอาหารตามสั่งได้ แต่อาหารหลายชนิดของร้านข้าวต้มก๊วยส่วนใหญ่ก็ยังเป็นอาหารที่ทำสำเร็จแล้วเป็นส่วนใหญ่ ในประเทศไทยอาหารที่กินกับข้าวต้มมีไว้ให้บริการกับลูกค้า สามารถแยกประเภทได้คร่าวๆ ดังนี้

ผัด - ผัดหอยลายน้ำพริกเผา ผัดผักบุ้งไฟแดงผัดผักกาดทองผัดไข่ผัดคะน้าปลาเค็ม ผัดผักคะน้าหมูสามชั้น ถั่วงอกผัดเต้าหู้ ไข่โป้วผัดไข่ผัดหมูสับหน้าเลียบ ผัดใบปอ ผัดผักกระเฉด ผัดหอยกะพงผัดใบกุยช่ายขาวเต้าหู้ขาวหมูสับกานาฮาย

ทอด - ถั่วงอกทอด ปลาสดทอด ทอดไข่เจียว ปลาอินทรีเค็มกุนเชียงทอด หมูกรอบ หมูแดดเดียว ไส้พะโล้ทอด

ต้ม - ปลาช่อนต้มเกี่ยมฉ่ำ จับฉ่ายปลาทุ้มเค็ม ปลาตะเพียนต้มเค็ม

นึ่ง – ปลากระพงนึ่งซีอิ๊ว ปลากระพงนึ่งบ๊วย ปลาน้ำดอกไม้หนึ่งจิ้มกินกับเต้าเจี้ยว ปลากระบอกนึ่ง
 ยำ – ยำไข่เค็มยำกุ้งแห้ง ยำกุ้งเชียง ยำปลาสด ยำผักกาดดอง
 ของดอง – เต้าหู้แดง แฉงกะพรุนดอง ซิงดอง ผักกาดดองก่งซ่าย ลูกสมอ
 พะโล้ – เป็ดพะโล้ ขาหมู ห่านพะโล้ เครื่องในหมูพะโล้

ความสำคัญของข้าวต้มในปัจจุบัน

ตลอดหลายสิบปีที่ผ่านมา แม้ว่าลูกหลานชาวจีนจะกลายเป็นไทยไปเป็นจำนวนไม่น้อย ความนิยมสิ่งต่างๆ แบบจีนก็มีการเปลี่ยนแปลงไปกาลเวลา แต่ก็ยังมีลูกหลานชาวจีนรุ่นใหม่จำนวนไม่น้อยหรือแม้แต่คนไทยเองก็ยังมี ความนิยมในการกินอยู่แบบจีนอยู่ อีกทั้ง “ข้าวต้ม” ที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนรุ่นก่อนได้สร้างสรรค์ขึ้นมา อีกทั้งมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับคสมัยและรสนิยมของคนรุ่นใหม่ จึงทำให้ “ข้าวต้ม” ยังได้รับความนิยมจาก ลูกหลานเชื้อสายจีนและคนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมาจวบจนถึงปัจจุบัน ร้านขายข้าวต้มที่เป็นที่รู้จักมายาวนานนับ ในกรุงเทพฯ มีหลายร้าน เช่น ร้านข้าวต้มแปลงนาม 24 น. ที่ปัจจุบันย้ายมาขายที่ถนนมิตรจักรี ข้าวต้มเยาวราช อ่อนนุชซอย 2 ร้านข้าวบวร ตั้งอยู่ตรงข้ามวัดบวรนิเวศ หรือร้านสกายโฮ ร้านข้าวต้มดั้งเดิมที่เก่าแก่คู่กับมาภิบาล ถนนราชดำเนินยาวนานให้บริการมาแล้ว 30 ปี นอกจากร้านที่กล่าวมาแล้ว ทุกจังหวัดของไทยก็มีร้านข้าวต้มเปิด ให้บริการอย่างแพร่หลาย

เอกสารอ้างอิง

Line Today. “4ที่มาข้าวต้มก๊วยอาหารแรงงานสู่เมนูรสเลิศราคาแพง” [ออนไลน์] สืบค้นจาก :

<https://today.line.me/th4> (20พฤษภาคม 2020)

พชร ธนภัทรกุล. “คุยเรื่องข้าวต้มก๊วยจากแง่มุมด้านภาษา” [ออนไลน์] สืบค้นจาก :

<http://mgronline.com/> (11 มีนาคม 2020)

《潮州白粥》 [online] , (<https://baike.baidu.com/>) , 2020/02/11

《潮州日报》 [online] , (www.abbao.cn/) , 2020/04/15

นักวิชาการทางการแพทย์จากสำนักพิมพ์เทคโนโลยีแห่งการเมืองเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน เรียบเรียง (ประพิณ มโนมัย วิทยุย์ ก่อศักดิ์ ธรรมเจริญกิจ และคณะ แปล). (2550) **อาหารเครื่องยาจีน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท ริดเดอร์ไคเจสท์ (ประเทศไทย) จำกัด

----- (2554) **อาหารตามสั่งร้านข้าวต้ม**. กรุงเทพฯ : บริษัท สำนักพิมพ์แสงแดด จำกัด

黄静琳, 邱镇城. 《吃广东之潮汕的味道时光》 [Z]. 重庆: 重庆出版社, 2012



	Name and Surname (姓名) : RATANA JANTARASARSOPHON
	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 Modern
	Address (地址) : 747/21 Connect8 SoiMakhachaiBangna Trad KM.10 Road BangphleeDistrict Samutprakarn 10540

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนจากประเทศจีน
และผลกระทบต่อตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

**CROSS-BORDER E-COMMERCE FROM CHINA
AND THE IMPACT TO THAI E-COMMERCE MARKET**

วรรณันท์ โรจน์ประภาศร์

WANTHNUN RODEPARPAT

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 : tangkwa_kwa_8@hotmail.com

Received: 23 March 2020 / Revised: 28 April 2020 / Accepted: 30 April 2020

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสถานการณ์อีคอมเมิร์ซของไทย การเข้ามาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนของจีน และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย รวมทั้งแนวทางการรับมือของผู้ประกอบการไทยเพื่อให้อุตสาหกรรมไทยสามารถแข่งขันกับผู้ขายจากประเทศจีน โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวิธีการวิจัยเป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลและสถิติเรื่องอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยยังมีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีช่องทางในการขายหลากหลายช่องทาง ซึ่งนอกจากการแข่งขันที่ดุเดือดภายในประเทศแล้ว ยังมีการเข้ามาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามประเทศ (CBEC) ทั้งจากฝั่งตะวันตกและตะวันออก โดยการค้าข้ามพรมแดนที่กำลังถูกจับตามองมากที่สุดคือการเข้ามาสร้างศูนย์กระจายสินค้าของอาลีบาบา จากประเทศจีนซึ่งสร้างความกังวลให้กับผู้ประกอบการไทยซึ่งได้รับผลกระทบและเสียเปรียบในด้านของราคาสินค้า ระยะเวลาการจัดส่ง ภาษี ฯลฯ แต่หากผู้ประกอบการไทยมองวิกฤตเป็นโอกาส เรียนรู้เพื่อปรับปรุงมาตรฐาน คุณภาพและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการของตนให้ดียิ่งขึ้นเพื่อปรับตัวให้อยู่รอดในการแข่งขันก็จะช่วยสร้างจุดแข็งที่สามารถต่อสู้กับคู่แข่งจากประเทศจีนได้ ผู้เขียนจึงหวังว่าบทความนี้เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการด้านอีคอมเมิร์ซในไทย รวมทั้งผู้ที่สนใจ

คำสำคัญ: อีคอมเมิร์ซ, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามประเทศ, อาลีบาบา, ศูนย์กระจายสินค้าอัจฉริยะ

ABSTRACT

This paper aims to explore CBEC from China and its impact on Thai E-Commerce as well as the solution for Thai players. This qualitative research was conducted by using literature reviews on data from various factors. The result shows that E-Commerce Market in Thailand is now heavily growing every year and being available on various platforms. Not only the competition in local is extremely high, the coming of Cross-Border E-Commerce (CBEC) from other countries especially from China is also intense. The set up of Alibaba's Distribution Center at Eastern Economic Corridor in near future that is apparently causing concern among Thai players who are facing commercial disadvantages in terms of price, delivery period, tax, etc. However, If Thai sellers keep improving quality of products and service and adding value on their brands, they could obtain strong points and be able to compete with giant competitor from China. Hopefully, this study could be informative and helpful for those who want to survive in Thai E-Commerce battlefield.

Keywords: Thai E-Commerce, Cross-Border E-Commerce (CBEC), Alibaba, Eastern Economic Corridor

1. บทนำ

อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การประกอบการค้าขายทั้งสินค้าและบริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่า การขายสินค้าออนไลน์ ถือเป็นช่องทางการค้าที่ได้รับความนิยมอย่างสูงและมีแนวโน้มที่จะมีการแข่งขันกันสูงขึ้นทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และในระดับโลก ปัจจัยและโอกาสที่ส่งเสริมให้เกิดการทำอีคอมเมิร์ซ ได้แก่ ต้นทุนที่น้อย การสร้างรายได้แบบไม่มีวันหยุด ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การตอบโต้ของผู้บริโภคยุคใหม่ การส่งเสริมของภาครัฐ การใช้โทรศัพท์มือถือและสื่อสังคมออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้อีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นทุกปี (Kornvipa, 2019)

ปัจจุบันมูลค่าอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี จากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA และสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง 8-10% ต่อปี (Electronic Transactions Development Agency, 2020) โดยจากการสำรวจในเดือนมกราคม ปี 2020 พบว่าคนไทยจำนวน 34.8 ล้านจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด 52 ล้านคน มีการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในปี 2019 (Kemp S., 2020) นอกจากนี้ยังพบว่าในปี 2019 คนไทยมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที เพิ่มขึ้นจากปี 2018 เป็นเวลา 17 นาที โดยใช้เวลาไปกับการชำระสินค้าและบริการออนไลน์รองจากการใช้โซเชียลมีเดีย

โดยการซื้อของออนไลน์ติด 1 ใน 5 ของกิจกรรมยอดนิยมของคนไทย (Electronic Transactions Development Agency, 2020)

จากการเติบโตทางมูลค่าอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผู้ประกอบการด้านอีคอมเมิร์ซหลายรายที่ต้องการเข้ามามีส่วนแบ่งในตลาดนี้ นอกจากนี้ขอบเขตของอีคอมเมิร์ซยังไม่ได้จำกัดเฉพาะในประเทศเท่านั้น แต่ยังขยายไปยังตลาดต่างประเทศด้วย โดยเฉพาะช่องทาง Cross Border E-Commerce (CBEC) หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน เป็นรูปแบบของการทำธุรกรรมการค้าข้ามประเทศผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งแพร่หลายในประเทศที่ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าจากต่างประเทศ เช่น ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และประเทศจีน

อย่างไรก็ตามการเข้ามาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนก็ทำให้ผู้ประกอบการในไทยเกิดความเสียเปรียบและต้องปรับตัวเพื่อให้แข่งขันกับผู้ประกอบการในต่างประเทศที่ขายสินค้าชนิดเดียวกันในราคาที่ถูกลง โดยเฉพาะสินค้าจากประเทศจีน ซึ่งมีคุณภาพดีขึ้นจนเป็นที่ยอมรับ จึงเป็นที่มาของการจัดทำบทความนี้เพื่อศึกษาเรื่องสถานการณ์ตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย ลักษณะของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนจากประเทศจีนและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย และแนวทางการรับมือของผู้ประกอบการไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ขายจากประเทศจีนได้

2. ลักษณะและรูปแบบอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย

จากข้อมูลของ Priceza (2019) อีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีรูปแบบที่ต่างกันไปเพื่อตอบสนองความต้องการซื้อสินค้าและบริการที่หลากหลาย ช่องทางการจำหน่ายผ่านอีคอมเมิร์ซของประเทศไทยแบ่งออกเป็นรูปแบบใหญ่ๆ ดังนี้

2.1 Brand.com เป็นรูปแบบที่แบรนด์สร้างขึ้นเพื่อให้มีช่องทางขายออนไลน์ของตัวเอง เช่น Maybelline, Estee Lauder, Adidas, Apple Store, Pomelo เป็นต้น

2.2 Market Place เป็นรูปแบบการใช้แพลตฟอร์มที่มีในตลาดที่เปิดโอกาสให้มีการซื้อขายกันได้ทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็น

2.2.1 B2B (Business to Business) เป็นรูปแบบของการขายสินค้าระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน เช่น Officemate, Thaitrade เป็นต้น

2.2.2 B2C (Business-to-consumer) เป็นรูปแบบการขายสินค้าระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค

- Marketplace เช่น Lazada, Shopee, JD Central, Tarad เป็นต้น

- E-Tailer เช่น Central, Tops, TV Direct, Watsons, Homepro, Konvy เป็นต้น

2.2.3 B2B2C (Business to Business to Consumer) เป็นรูปแบบการขายสินค้าที่เชื่อมต่อระหว่าง B2B และ B2C เข้าด้วยกัน ได้แก่ Lazada, Shopee, JD Central

2.2.4 C2C (Consumer-to-consumer) เป็นรูปแบบการขายสินค้าระหว่างลูกค้าถึงลูกค้า ได้แก่

- Marketplace เช่น Weloveshopping, Tarad, Shopee, Chilindo, Zilingo, Kaidee
- Cross border เช่น AliExpress, Amazon, Ebay, Taobao, Etsy
- Classified เช่น Kaidee, Prakard, Pantip

2.3 Social Commerce เป็นรูปแบบการขายสินค้าผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Line, Twitter เป็นต้น

3. ลักษณะและรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนของจีน และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย

3.1 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนของจีน

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน หรือ Cross Border E-Commerce (CBEC) เป็นการค้าขายแบบนำเข้าและส่งออกผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซซึ่งกำลังเป็นที่นิยมและได้รับการสนับสนุนในหลายประเทศ เช่น จีน ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่มาก มีมาตรการหลายอย่างที่เอื้อให้นักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติเข้าไปซื้อขายออนไลน์ข้ามพรมแดนได้อย่างสะดวก และผู้ซื้อก็ได้รับความสะดวกตรงที่ไม่ต้องมีการตรวจเข้มกับสินค้าที่เข้ามาในประเทศ ซึ่งส่งผลให้รูปแบบธุรกิจนี้เติบโตทั้งในแง่ผู้ขายและผู้ซื้อ (Phanidchanok, 2019)

สำหรับในประเทศจีน ถือว่ามีช่องทางการซื้อขายผ่าน CBEC ที่มีสัดส่วนตลาดใหญ่มาก จากการจัดอันดับของ Ipsos และ Paypal ประเทศที่เป็นปลายทางอันดับหนึ่งของการค้าข้ามพรมแดนคือ จีน 21% ตามด้วยสหรัฐอเมริกา 17% และสหราชอาณาจักร 13% โดยมีผู้เล่นใหญ่ๆหลายเจ้าที่เข้ามาแข่งขันในตลาดนี้ ได้แก่ AliExpress และ Tmall Global ของ Alibaba Group หรือ JD Worldwide ของ JD.com ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ของการซื้อขายแบบ B2C และ B2B เช่นเดียวกับช่องทางปกติ (นิรติศัย ทุมวงษา, 2562)

จากข้อมูลของฐานเศรษฐกิจในปี 2017 (อาร์ท พิศาลวานิช, 2560) มูลค่าซื้อขาย B2C ทางช่องทาง CBEC ของจีนอยู่ที่ 1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งน้อยกว่าการซื้อขายออนไลน์ปกติที่มีมูลค่าอยู่ที่ 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่คาดการณ์ว่า CBEC จะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 70 ต่อปี เหตุผลที่คนจีนหันมานิยมช่องทางซื้อขาย CBEC มากขึ้น เป็นเพราะรัฐบาลจีนให้การส่งเสริม CBEC โดยมีการตรวจสอบสินค้าที่ผ่อนปรนกว่าการซื้อขายอีคอมเมิร์ซแบบปกติ นอกจากนี้ยังเก็บภาษีศุลกากร และภาษีมูลค่าเพิ่มถูกกว่าการซื้อขายปกติ และการซื้อขายสินค้าผ่านทาง CBEC สามารถทำได้ผ่านเขตการค้าเสรี (Free Trade Zone) 13 ด่านและท่าเรือของจีน

การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางช่อง CBEC นั้น เมื่อมีการซื้อเกิดขึ้น คำสั่งซื้อจะถูกส่งผ่านไปยังหน่วยงานศุลกากรจีน แล้วส่งต่อไปยังต่างประเทศ เพื่อแสดงความต้องการนำเข้าสินค้าที่ส่งเข้ามาเก็บไว้ในคลังสินค้าในประเทศจีน แล้วสินค้านั้นก็จะถูกส่งไปยังลูกค้าผ่านกลุ่มโลจิสติกส์ โดยใช้เวลาเพียง 7 วัน ตั้งแต่เริ่มสั่งซื้อไปจนถึงการส่งถึงมือผู้ซื้อ ในขณะที่การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ปกติจะใช้เวลานานถึง 15 วัน

3.2 การเข้ามาของ CBEC จีนสู่ประเทศไทย

จากที่กล่าวไปในข้างต้น จะเห็นว่า CBEC มีแนวโน้มที่จะเติบโตสูงขึ้น เนื่องจากความได้เปรียบในแง่ความหลากหลายของสินค้าและจำนวนอันมหาศาล ราคาที่ไม่สูงและผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบได้ จนมีการคาดการณ์จาก Forrester Research ว่าภายในปี 2021 ยอดการซื้อขายจาก CBEC จะเติบโตอยู่ที่ 424,000 ล้านเหรียญ จนอาจมียอดการซื้อขายสูงถึง 15% จากธุรกิจอีคอมเมิร์ซทั้งหมด (ธนวัฒน์ มาลาบุปผา, 2560)

การเข้ามาของสินค้าจีนสู่ประเทศไทยผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ มีจุดสำคัญในช่วงเดือนกรกฎาคม 2018 ที่จีนได้รับผลกระทบด้านกำแพงภาษีจากสหรัฐอเมริกาทำให้ต้องมีการระบายสินค้าที่ได้รับผลกระทบไปยังตลาดประเทศอื่นๆ มากขึ้น จนเกิดการหลั่งไหลของสินค้าจากจีนเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งจุดแข็งของสินค้าจีนคือราคาที่ถูกลง เนื่องจากมีต้นทุนที่ถูกกว่า และยังมีข้อตกลง FTA (Free Trade Agreement) ระหว่างไทยและจีน ทำให้สินค้าบางประเภทเมื่อนำเข้ามาจะเสียภาษีในอัตราที่ต่ำมาก หรือ 0% (ธนวัฒน์ มาลาบุปผา, 2561)

สิ่งที่น่ากังวลสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ขายสินค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซคือ ข้อเสียเปรียบเมื่อขายสินค้าแบบเดียวกับสินค้าที่มาจากต่างประเทศ เพราะผู้ขายสินค้าจากต่างประเทศสามารถขายสินค้าให้ผู้ซื้อได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้ราคาสินค้าถูกกว่าสินค้าภายในประเทศ และผู้ซื้ออาจไม่ต้องเสียภาษี ทำให้สินค้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศจีนเข้ามาในประเทศไทยได้ง่ายและมากขึ้น ผู้ประกอบการไทยจึงต้องหาทางต่อสู้กับคู่แข่งจากประเทศจีน จึงเป็นที่มาของการทำบทความนี้เพื่อศึกษาข้อเท็จจริงของ CBEC จากจีนและการรับมือของผู้ประกอบการไทยเพื่อให้แข่งขันกับคู่แข่งยักษ์ใหญ่จากจีนได้

3.3 กรณีศึกษา : การเข้ามาของศูนย์กระจายสินค้าอาลีบาบาและการรับมือของผู้ประกอบการไทย

เมื่อพูดถึงอีคอมเมิร์ซระดับโลกในฝั่งตะวันตก Amazon ถือเป็นยักษ์ใหญ่ที่ถือกำเนิดขึ้นในสหรัฐอเมริกา แต่หากพูดถึงยักษ์ใหญ่แห่งอีคอมเมิร์ซในฝั่งตะวันออก อาลีบาบา (Alibaba) คืออาณาจักรอีคอมเมิร์ซจีนที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่จับตามองในระดับโลก โดยมีช่องทางอีคอมเมิร์ซเป็นธุรกิจหลักในการสร้างรายได้ทั้งในประเทศและแบบข้ามพรมแดน ทั้งจาก Alibaba, 1688, Taobao, AliExpress, Tmall และ Lazada เป็นต้น (Priceza, 2019)

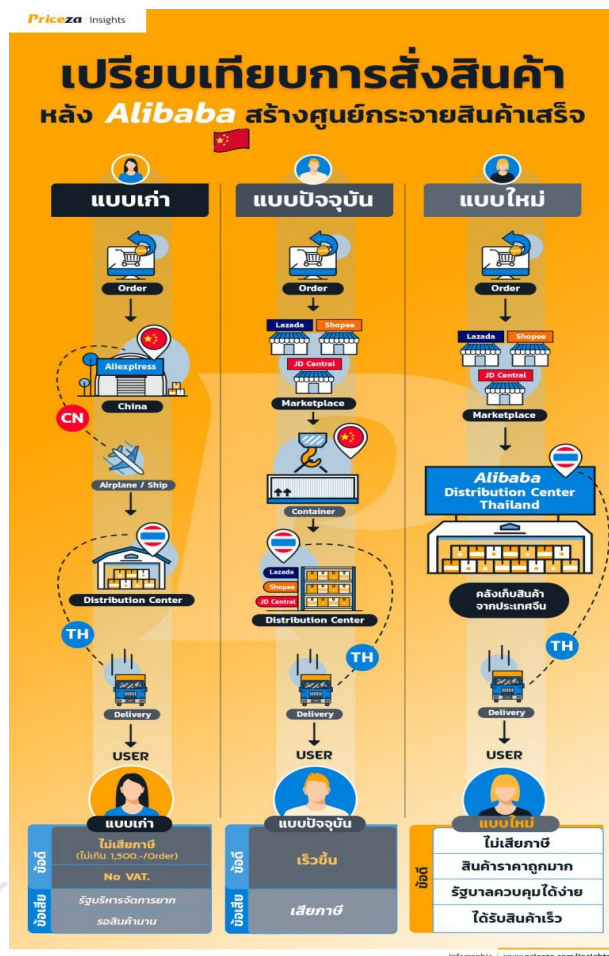
การเข้ามาของอาลีบาบาที่สร้างความฮือฮาให้กับธุรกิจอีคอมเมิร์ซของไทยคือ การเข้ามาลงทุนจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอัจฉริยะในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor หรือ EEC) โดยลงนามบันทึกความร่วมมือ 4 ด้าน ได้แก่ การใช้อีคอมเมิร์ซเพื่อส่งออกสินค้าเกษตรและ OTOP (One Tambon, One Product) การพัฒนา SME เพื่อเข้าสู่ตลาดอีคอมเมิร์ซ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง และการลงทุน Smart Digital Hub แต่สิ่งที่น่าจับตามองคือ การเข้ามาจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอาลีบาบาแห่งนี้ สร้างความวิตกกังวลให้กับผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซในไทยหลายด้าน อันได้แก่

1. ประเด็นด้านภาษี อาลีบาบาจะได้สิทธิประโยชน์ในการชำระภาษีศุลกากร ทุก 14 วัน โดยจากเดิมที่ต้องชำระทุกวัน ซึ่งสอดคล้องกับผู้บริโภคที่มักมีการเปลี่ยนสินค้าหากไม่พึงพอใจ ภายใน 14 วัน นอกจากนี้

ยังสามารถนำสินค้าเข้ามาล็อตใหญ่ และจะถือว่าอยู่ในเขตปลอดอากรสินค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่า 1,500 บาท จะไม่เสียภาษีนำเข้าและ Vat จากเดิมที่ต้องมีพ่อค้าคนกลาง ซึ่งสร้างความได้เปรียบให้กับอาลีบาบา

2. การทะลักเข้ามาของสินค้าข้ามพรมแดนจากจีน จากข้อมูลของ Priceza ที่ได้เก็บข้อมูลของสินค้าจากต่างประเทศ (Cross Border) เปรียบเทียบกับสินค้าภายในประเทศ (Local) ระหว่างวันที่ 1 มกราคม – 30 มิถุนายน พ.ศ.2562 พบว่า ในแพลตฟอร์ม Priceza ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสำหรับค้นหาสินค้าและเปรียบเทียบราคา มีสัดส่วนสินค้า Cross Border 58% ในขณะที่มีสินค้า Local 42% จากสินค้า 50 ล้านชิ้น โดยสินค้า Cross Border ส่วนใหญ่เป็นสินค้าจากประเทศจีน

3. การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วขึ้น จากเดิม การส่งสินค้าจากจีนนั้น ผู้ซื้อจะได้รับของอย่างน้อย 7 - 14 วัน แต่เมื่อมีศูนย์กระจายสินค้าในไทย ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าจะเหลือเพียง 1 - 3 วัน ทำให้เทียบเท่ากับการส่งสินค้าจากช่องทางอีคอมเมิร์ซในไทย



รูป 1 เปรียบเทียบการส่งสินค้าหลัง Alibaba สร้างศูนย์กระจายสินค้าเสร็จ

ที่มา: <https://www.priceza.com/insights/>

จากรูป 1 ซึ่งเป็น Infographics ที่จัดทำโดย Priceza จะช่วยให้เข้าใจความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ศูนย์กระจายสินค้าอาลีบาบาสร้างเสร็จ โดยแต่เดิมนั้น หากมีการซื้อสินค้าจากจีนโดยตรงผ่าน AliExpress ผู้ซื้อจะไม่เสียภาษีถ้าสินค้าไม่เกิน 1,500 บาท แต่มีข้อเสียคือ รอสินค้าค่อนข้างนาน ส่วนการสั่งซื้อสินค้าจากจีนในปัจจุบันนั้น ผู้ซื้อสั่งซื้อสินค้าได้จาก Marketplace เจ้าใหญ่อย่าง Lazada, Shopee และ JD Central โดยทั้งสามที่นี้จะนำสินค้าจากประเทศจีนเข้ามาเก็บในคลังสินค้า ก่อนจัดส่งให้ผู้ซื้อ ซึ่งมีข้อดีคือการขนส่งเร็วขึ้น เพราะมีสต็อกสินค้าในคลังแล้ว แต่ข้อเสียคือสินค้าที่ซื้อนั้นต้องเสียภาษี ส่วนการสั่งซื้อสินค้าจากจีนแบบใหม่หลังจากที่ศูนย์กระจายสินค้าสร้างเสร็จนั้น ผู้ซื้อสั่งซื้อสินค้าจาก Marketplace ทั้งสามที่เช่นกัน โดยทั้งสามที่นี้จะนำสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้า ECC ในประเทศไทยแล้วจัดส่งให้ผู้ซื้อได้เลย โดยที่ไม่ต้องเสียภาษี สินค้ามีราคาที่ถูกลง ได้รับสินค้าเร็วขึ้น และรัฐบาลสามารถควบคุมได้ง่ายขึ้นกว่าการซื้อแบบเก่า

4. แนวทางการรับมือของผู้ประกอบการไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ขายจากประเทศจีน

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าคนที่ได้รับผลกระทบจากการเข้ามาตั้งศูนย์กระจายสินค้าของอาลีบาบา คือผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซในไทย ซึ่งนอกจากจะต้องแข่งขันกันเองในระดับท้องถิ่นแล้ว ยังต้องแข่งขันกับคู่แข่งยักษ์ใหญ่จากอาลีบาบาด้วย คนที่ได้รับผลประโยชน์จากการมาของอาลีบาบาอย่างเต็มที่คือผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม หากผู้ประกอบการไทยสามารถเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาสและปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันที่สูงขึ้นในอนาคต ก็จะสามารถอยู่รอดได้ โดย Priceza ได้ให้คำแนะนำดังนี้

4.1 สร้างความแตกต่างของสินค้าให้มีคุณภาพและเอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำใคร

จุดเด่นของสินค้าไทยที่ผลิตในประเทศคือความมีเอกลักษณ์ที่ยากจะเลียนแบบ ทั้งในด้านรสชาติ กลิ่น การออกแบบที่ใส่กลิ่นอายความเป็นไทย ทำให้สินค้ามีความโดดเด่นเป็นที่จดจำและติดตลาดได้ง่าย

4.2 การบริการที่ดีและความน่าเชื่อถือช่วยเพิ่มมูลค่า

ข้อได้เปรียบของสินค้าที่ผลิตภายในประเทศคือการบริการที่ดีและความน่าเชื่อถือ ด้วยการให้ความรู้แก่ผู้ซื้อ และการบริการหลังการขายที่เข้าใจง่ายด้วยภาษาไทย นอกจากนี้การที่สินค้าผลิตภายในประเทศและได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ก็ยังทำให้ผู้ซื้อมั่นใจในสินค้าและบริการ

นอกจากนี้ การเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการบริการที่ดีเหนือระดับ ก็ยังมัดใจลูกค้าได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการส่งด่วน ส่งฟรี มีรับประกันคุณภาพสินค้า รับเปลี่ยนคืนสินค้า การให้ลองสินค้า การการันตีความพอใจ มีเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า มีบริการเก็บเงินปลายทาง มีช่องทางให้รับสินค้ากลับบ้าน มีบริการห่อของขวัญ เป็นต้น

4.3 ความรวดเร็วในการส่งสินค้า

เนื่องจากสินค้าผลิตภายในประเทศ ทำให้เกิดความคล่องตัวและความรวดเร็วตั้งแต่การผลิตจนถึงการจัดส่ง แม้กระทั่งการเปลี่ยนสินค้าเมื่อสินค้ามีปัญหาหรือมีตำหนิก็กทำได้อย่างรวดเร็วกว่าสินค้าที่มาจากต่างประเทศ

4.4 คุณภาพที่เหนือราคา

แม้สินค้าจากประเทศจีนจะมีราคาที่ถูกลงกว่า และอาจแข่งขันไม่ได้ แต่หากวัดกันที่คุณภาพที่ดีและมีราคาที่เหมาะสม ก็จะสามารถแข่งขันได้โดยชูจุดแข็งด้านคุณภาพและการบริการที่ดี

4.5 สร้างช่องทางการขายที่ครอบคลุม

การเพิ่มช่องทางการขายที่หลากหลาย จะช่วยให้เกิดยอดขายที่มากขึ้น เช่น หน้าร้าน, Facebook, Instagram, Line, Marketplace และเว็บไซต์ของตัวเอง เป็นต้น เรียกได้ว่าเป็นการสร้างช่องทางการขายแบบออมนิชาแนล (Omni-Channel) โดยเชื่อมโยงทุกช่องทางเข้าไว้ด้วยกัน เช่น เมื่อสั่งซื้อสินค้าผ่านออนไลน์สามารถไปรับสินค้าที่หน้าร้านได้ โดยมีข้อมูลเหมือนกัน การสร้างช่องทางหลากหลายนอกจากจะช่วยเพิ่มรายได้แล้วยังสามารถนำข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าที่ได้จากการขายหลากหลายช่องทางมาใช้ประโยชน์เพื่อต่อยอดการบริการ การพัฒนาสินค้าใหม่ การแนะนำสินค้าให้ตรงกับ lifestyle ของลูกค้า เป็นต้น เพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า และสร้างฐานลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง

ในกรณีของพ่อค้าคนกลางนั้น จากข้อมูลของ Priceza ในปี 2561 ยังพอจะมีช่องทางการขายสินค้าแบบซื้อไปขายไปได้อยู่ โดยอาจลองหาสินค้าที่ Cross Border ยังเข้ามาตีตลาดไม่ได้ ได้แก่

1. สินค้าอุปโภค บริโภค
2. สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม
3. เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน
4. อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ
5. สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต

4. อภิปรายผลและสรุปผล

4.1 อภิปรายผล

ตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยยังมีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากการแข่งขันภายในประเทศที่ร้อนแรงแล้ว ยังมีการเข้ามาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามประเทศ (CBEC) ทั้งจากฝั่งตะวันตกอย่าง Amazon และฝั่งเอเชียอย่างอาลีบาบา โดยการค้าข้ามพรมแดนที่กำลังถูกจับตามองมากที่สุดในประเทศไทย

คือการเข้ามาสร้างศูนย์กระจายสินค้าของอาลีบาบา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สาธิตา เชื้อนคำ (2019) ที่ได้ศึกษา เรื่องการขยายอิทธิพลทางการค้าอีคอมเมิร์ซจากกรณีผู้ค้าจีนในเมืองไทยที่ชี้ให้เห็นถึงการประสบความสำเร็จของ บริษัทยักษ์ใหญ่ อย่าง Alibaba, Baidu และ Tencent ซึ่งช่วยสนับสนุนการค้าอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของผู้ค้า จีนทั้งรายใหญ่และรายย่อย ส่งผลให้การค้าข้ามพรมแดนกลายเป็นรูปแบบใหม่ของการเปิดตลาดการค้าของคนจีน รุ่นใหม่ ซึ่งมีแนวโน้มจะสร้างผลกระทบต่องูประกอบการไทยในด้านของราคาสินค้า ระยะเวลาการจัดส่ง ภาษี ฯลฯ แต่หากผู้ประกอบการไทยมองวิกฤตเป็นโอกาส เรียนรู้เพื่อปรับปรุงมาตรฐาน คุณภาพ และเพิ่มมูลค่าของ สินค้าและบริการของตนให้ดียิ่งขึ้น ก็จะช่วยสร้างจุดแข็งที่สามารถต่อสู้กับคู่แข่งจากประเทศจีนได้

บทความนี้อ้างอิงข้อมูลจากแหล่งความรู้ในเว็บไซต์ที่เชื่อถือได้ในแง่ของธุรกิจอีคอมเมิร์ซอย่าง ETDA, Priceza ฯลฯ ซึ่งตอบคำถามเรื่องการเข้ามาของ CBEC จากจีนและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการไทยได้ ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ในการทำวิจัยครั้งต่อไป อาจต้องมีการทำแบบสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไทย เพื่อหาข้อมูลเชิงลึกในแง่ผลกระทบและการปรับตัวเพื่อต่อสู้กับ CBEC จากจีน รวมทั้งทำการสำรวจผู้บริโภคไทย เพื่อหามุมมองและทัศนคติที่มีต่อสินค้าที่มาจาก CBEC เพื่อหาข้อมูลเชิงลึกในมุมมองของผู้บริโภค

4.2 การนำไปใช้

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเรื่องสถานการณ์ตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย ลักษณะของพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนจากประเทศจีนที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในวงการอีคอมเมิร์ซไทย รวมทั้งนำเสนอ ผลกระทบที่มีต่อผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซไทยซึ่งกำลังเผชิญกับการหลั่งไหลของสินค้าจีนที่เข้ามาผ่านช่องทาง CBEC นอกจากนี้ยังนำเสนอข้อเสนอแนะที่ผู้ประกอบการไทยสามารถนำไปใช้เพื่อปรับตัวให้อยู่รอดในการแข่งขันกับ คู่แข่งจากจีน ผู้เขียนจึงหวังว่าบทความนี้จะประโยชน์กับผู้ประกอบการด้านอีคอมเมิร์ซในไทย ผู้ที่กำลังจะทำการตลาดหรือค้าขายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน จากประเทศจีน รวมทั้งเป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับผู้สนใจหรือผู้ที่กำลังศึกษาความรู้ด้านอีคอมเมิร์ซ

4.3 สรุปผล

การเข้ามาของ CBEC จากประเทศจีนมาสู่ประเทศไทย ในช่วงที่อีคอมเมิร์ซกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วและ ต่อเนื่องขึ้นทุกปีอาจทำให้เกิดผลดีต่อผู้บริโภคที่ได้เลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายทางด้านคุณภาพและราคามากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็สร้างความกังวลใจต่อผู้ประกอบการไทยที่อาจเสียเปรียบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน จากประเทศจีนในด้านของราคาสินค้า ระยะเวลาการจัดส่ง ภาษี ฯลฯ แต่หากผู้ประกอบการไทยปรับตัวและคอย ติดตามความเป็นไป รวมทั้งพัฒนาสินค้าและบริการของตนให้ดียิ่งขึ้น ก็มั่นใจได้ว่าจะสามารถแข่งขันกับคู่แข่ง จากต่างประเทศได้อย่างทัดเทียมและอาจเหนือกว่า

บรรณานุกรม

- ธนาวัฒน์ มาลาบุปผา. (2560). **อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน วิกฤติ โอกาสและความท้าทายที่ผู้ประกอบการต้องรู้**. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2562, จาก thanawat.co
- ธนาวัฒน์ มาลาบุปผา. (2561). **ผู้ประกอบการควรทำอย่างไร เมื่อสินค้าจีนทะลักเข้าไทย**. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2562, จาก thanawat.co
- นิรติศัย ทุมวงษา. (2562). **อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน**. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2562, Retrieved from website: <https://www.prachachat.net/columns/news-373068>
- สาธิตา เชื้อนาคำ (2019). New Chinese Entrepreneurs and The Influences on E-commerce: The study of Chinese Retailers in Chiang Mai Province. *Journal of Social Development*, 21(2), 119 - 139.
- อัทธ พิศาลวานิช. (2560). **รู้จัก Cross Border E-Commerce จีน**. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2562, Retrieved from website: <https://www.thansettakij.com/content/240077>
- Electronic Transactions Development Agency, (2020). **เอกสารการแสดงผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562 (Thailand Internet User Behavior 2019)**. Retrieved from website: <https://www.eta.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-behavior-2019-slides.html>
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: Thailand*. Retrieved from website: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-thailand>
- Kornvipa, R. (2019). **ศูนย์กระจายสินค้า 'อาลีบาบา' อีคอมเมิร์ซไทยรับมืออย่างไร**, Retrieved from website: <https://www.priceza.com/insights/e-commerce/thailand-e-commerce.html>
- Phanidchanok, D. (2019). **Cross-border e-commerce ทางเลือกใหม่ของธุรกิจค้าปลีกในโลกยุคดิจิทัล**. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2562, Retrieved from website: <https://thematter.co/brandedcontent/cross-border-e-commerce/64114>
- Priceza, (2019). **ศูนย์กระจายสินค้า 'อาลีบาบา' อีคอมเมิร์ซไทยรับมืออย่างไร**, Retrieved from website: <https://www.priceza.com/insights/business/%e0%b8%a8%e0%b8%b9%e0%b8%99%e0%b8%a2%e0%b9%8ceec-%e0%b8%ad%e0%b8%b2%e0%b8%a5%e0%b8%b5%e0%b8%9a%e0%b8%b2%e0%b8%9a%e0%b8%b2.html>



	Name and Surname (姓名) : Wanthnun Rodeparpat
	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) : No.65 Province Tambol Bueng Kham Phroi, Amphoe Lam Luk Ka, Pathum Thani 12150



วิเคราะห์ทิศทางของสาธารณรัฐประชาชนจีนต่ออนาคต
“หนึ่งประเทศสองระบบ” ของฮ่องกง

ANALYSIS OF PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
MOVEMENT THAT AFFECTS THE FUTURE OF
HONG KONG UNDER THE PRINCIPLE OF
“ONE COUNTRY TWO SYSTEMS”

วัชรีย์ บริบูรณ์

WATCHAREE BORIBOON

华侨崇圣大学、中国语言文化学院

Faculty of Chinese Language and Culture, Huachiew Chalermprakiet University

E-mail: wanchangli2524@gmail.com

Received: 25 March 2020 / Revised: 19 April 2020 / Accepted: 22 April 2020

บทคัดย่อ

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศที่มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก มีระบบการปกครองหลักเป็นระบบคอมมิวนิสต์ ขณะที่การปกครองท้องถิ่นก็มีความหลากหลาย โดยแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 22 มณฑล (省) (โดยไม่ได้นับรวมไต้หวัน) เขตปกครองตนเอง 5 เขต (自治区) เทศบาลนคร 4 เมือง (直辖市) และเขตบริหารพิเศษอีก 2 แห่ง (特别行政区) นั่นคือเขตบริหารพิเศษฮ่องกง (香港) และเขตบริหารพิเศษมาเก๊า (澳门) แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

ปัจจุบันเขตบริหารพิเศษฮ่องกงและมาเก๊าเป็นที่จับตามองเป็นพิเศษทั้งจากจีนเองและนานาชาติ ประชานิยมทั่วโลก สืบเนื่องมาจากภายหลังเขตบริหารพิเศษกลับเข้าสู่การปกครองของรัฐบาลจีนอย่างเต็มรูปแบบภายใต้หลักการ “หนึ่งประเทศสองระบบ” แล้ว ระบบการเมืองการปกครองจึงมีความแตกต่างจากเดิม เพราะแต่เดิมมาเก๊าเป็นเขตเช่าของโปรตุเกส ขณะที่ฮ่องกงเป็นเขตเช่าของอังกฤษ อำนาจการปกครองมาจากแนวคิดประเทศตะวันตกที่มีระบอบประชาธิปไตยหนุนนำมาก่อน

โดยเฉพาะเขตบริหารพิเศษฮ่องกง ถึงแม้พลเมืองจะไม่ได้ลิ้มรสกับระบอบประชาธิปไตยที่แท้จริงเลยมาตลอด 99 ปี แต่การที่รัฐบาลอังกฤษจัดให้มีการเลือกตั้งเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1995 ก่อนคืนฮ่องกงให้จีนเพียง 2 ปีนั้นก็ถือเป็นการส่งสัญญาณบางอย่างให้พลเมืองฮ่องกงอย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อฮ่องกงกลับคืนสู่การปกครองของจีนเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม ค.ศ. 1997 จึงกลายเป็นเรื่องท้าทายสำหรับรัฐบาลจีนอย่างยิ่ง ทั้งความพยายามจะหลอมรวมประชากรจีนกับประชากรฮ่องกงให้เป็นหนึ่งเดียวกัน รวมถึงระบบการปกครองที่แม้จะขึ้นตรงต่อรัฐบาลกลางปักกิ่ง แต่ในส่วนของเศรษฐกิจ การค้า การพาณิชย์

ฮ่องกงสามารถดำเนินนโยบายได้อย่างอิสระ หว่านกลับไม่ใช่สิ่งที่พลเมืองฮ่องกงต้องการนัก เพราะนโยบายเศรษฐกิจเสรีนี้จะสิ้นสุดลงในวันที่ 30 มิถุนายน ค.ศ. 2047

บทความนี้จะวิเคราะห์ถึงทิศทางของหลักการหนึ่งประเทศสองระบบที่มีต่อการปกครองฮ่องกง การมองอนาคตของฮ่องกงว่าจะมีแนวโน้มไปในทิศทางใด ตลอดจนความขัดแย้งภายในต่างๆ ที่เกิดขึ้นจะมีจุดจบหรือไม่ และพลเมืองฮ่องกงจะมีทางออกให้กับตนเองอย่างไรบ้าง

คำสำคัญ : ฮ่องกง, หนึ่งประเทศสองระบบ, เขตบริหารพิเศษ, การปฏิรูปเศรษฐกิจจีน

ABSTRACT

Hong Kong and Macau are especially being watched by China and global democratic countries due to its complete return to China Government under the principle of “One Country Two Systems” that caused relevant changes of politics and management, despite the fact that these two Special Administrative Regions were former colonies of western democratic countries; British Empire and Portuguese Empire respectively.

Particularly, The Hong Kong Special Administrative Region of the People’s Republic of China (HKSAR), Hong Kong people had not been governed under genuine democracy along 99 years, but they could have the first election on 1995 managed by British Government 2 years before the return to China. That incident delivered some signals to Hong Kong significantly.

For Government of China, there are relevant challenges after the return of Hong Kong to China on 1997. For instance, the effort of harmonizing Chinese people and Hong Kong people, as well as uniting politics and government. For Hong Kong, even Hong Kong economics and commerce are running independently, Hong Kong citizen are not completely content with this since the liberal economy will end on June 30, 2047.

This study explored and analyzed how the principle of “One Country Two Systems” affects Hong Kong management, how Hong Kong would be in the future, how internal conflicts would end, and how Hong Kong people would find the way out for themselves.

Keywords: Hong Kong, One Country Two Systems, Special Administrative Region, Chinese Economic Reform

1. ห่วงกับความหมายของหนึ่งประเทศสองระบบ (一国两制)

หนึ่งประเทศสองระบบเป็นแนวคิดที่ริเริ่มโดยผู้นำสูงสุดเติ้งเสี่ยวผิง (邓小平) อดีตประธานคณะกรรมการที่ปรึกษาส่วนกลางแห่งพรรคคอมมิวนิสต์จีน เดิมทีเป็นข้อเสนอที่เติ้งเสี่ยวผิงพยายามจะนำมาใช้กับไต้หวันเพื่อรวมประเทศในปี ค.ศ. 1978 แต่ท้ายที่สุดก็ได้นำมาใช้กับเขตบริหารพิเศษอย่างฮ่องกงและมาเก๊า โดยเสนอนโยบายว่ามีเพียงจีนเดียว (一个中国政策)



รูป 1 : กันยายน ค.ศ.1982 เติ้งเสี่ยวผิงพบปะนางมาร์กาเร็ต แทตเชอร์ นายกรัฐมนตรีอังกฤษ ณ มหาศาลาประชาคม กรุงปักกิ่ง ในประเด็นการค้าฮ่องกงสู่จีน (ที่มา : Hubei Press)

ขณะที่เขตบริหารพิเศษสามารถมีระบบเศรษฐกิจและการเมืองแบบทุนนิยมได้ ภายใต้หลักการนี้ทำให้เขตบริหารพิเศษมีระบบการเมือง กฎหมายรัฐธรรมนูญ การเงินและเศรษฐกิจของตนได้ตามระบบเศรษฐกิจเสรีเพื่อประโยชน์ทางการค้า และที่สำคัญเพื่อให้พลเมืองฮ่องกงได้มีเวลาปรับตัวไปอีกระยะหนึ่ง

จึงถือว่าฮ่องกงมีระบบเศรษฐกิจที่เปิดกว้างและมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ตลอดจนการชุมนุมทางการเมืองได้ ซึ่งแตกต่างจากจีนมากที่ไม่มีสิทธิกระทำการใดๆ ดังกล่าวเลย เพียงแต่ฮ่องกงยังไม่มีสิทธิเลือกตั้งเสรีได้ 100% แม้จะมีเสรีภาพระดับหนึ่งในนโยบายเศรษฐกิจเสรีไปจนถึงวันที่ 30 มิถุนายน ค.ศ. 2047 ก็ตาม

หลักการหนึ่งประเทศสองระบบนี้ ช่วยให้รัฐบาลจีนลดความกดดันระหว่าง 2 ฝ่ายได้มาก กล่าวคือ รัฐบาลกลางของจีนจะมีอำนาจเป็นผู้แต่งตั้ง “ผู้ว่าการเขตบริหารพิเศษฮ่องกง” แทนอังกฤษ โดยเริ่มต้นหลังปี ค.ศ.1997 สมัยแรกเริ่มนั้นผู้สมัครชิงตำแหน่งผู้ว่าการ ถูกเลือกจากคณะกรรมการสรรหาจำนวน 400 คน

จากนั้นเสนอชื่อต่อรัฐบาลกลางปักกิ่ง ต่อมาผู้สมัครชิงตำแหน่งต้องผ่านคณะกรรมการเลือกตั้งจำนวน 800 คน และต้องได้รับเสียงสนับสนุนไม่น้อยกว่า 100 เสียงจึงจะได้เป็นผู้สมัครตัวจริง จากนั้นจึงถูกเลือกโดยคณะกรรมการเลือกตั้ง กระทั่งปี ค.ศ.2010 สภานิติบัญญัติฮ่องกงอนุมัติให้เพิ่มจำนวนคณะกรรมการเลือกตั้งเป็น 1,200 คน เพื่อนำไปสู่การเลือกตั้งในปี ค.ศ.2012 ซึ่งผู้ที่ได้รับความไว้วางใจจะมีหน้าที่ปกครองฮ่องกงภายใต้ระบบสภาเดียวเฉกเช่นระบบสภาอังกฤษ แม้จะมีระบบเลือกตั้ง แต่ผู้สมัครก็ยังคงต้องผ่านการคัดกรองจากรัฐบาลกลางของจีนก่อนนั่นเอง (National Geographic ฉบับภาษาไทย. 2562 : ออนไลน์)

ในเดือนพฤษภาคม ค.ศ.1998 ฮ่องกงได้จัดให้มีการเลือกตั้งอย่างเป็นทางการขึ้นเป็นครั้งแรก ทำให้มีผู้ออกมาใช้สิทธิมากเป็นประวัติการณ์ ผลคือผู้สมัครจากฝ่ายประชาธิปไตยได้คะแนนเสียงสูงถึงเกือบ 70% แต่เนื่องจากโครงสร้างภายใต้การปกครองของจีน ฝ่ายประชาธิปไตยก็ยังไม่สามารถครองเสียงข้างมากในสภานิติบัญญัติฮ่องกงได้ นั่นจึงเป็นการฝังทัศนคติความไม่เชื่อถือนในหลักการหนึ่งประเทศสองระบบให้แก่พลเมืองฮ่องกงมาโดยตลอด

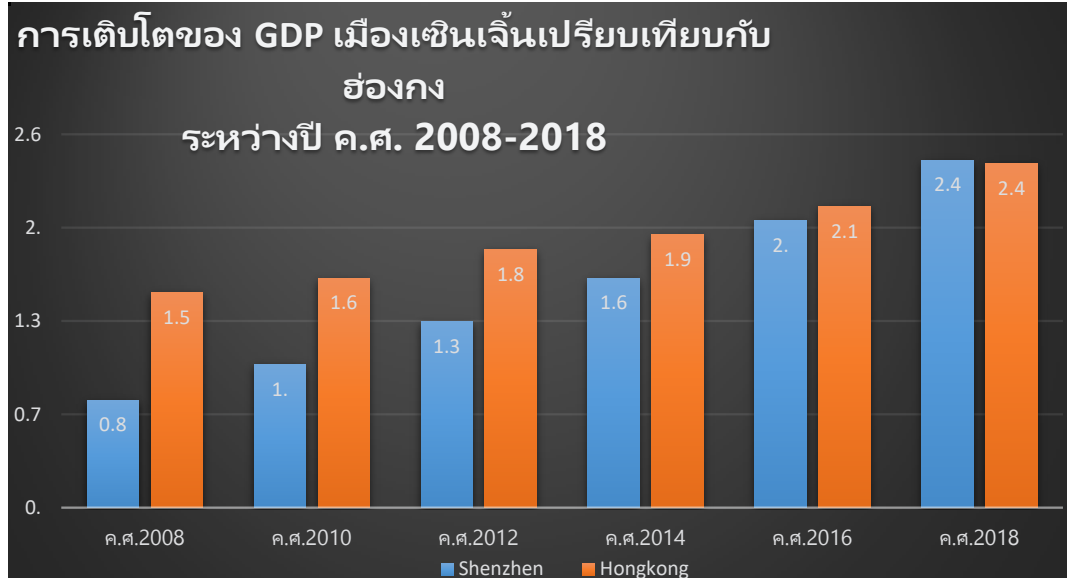
2. ความท้าทายของสาธารณรัฐประชาชนจีนต่อฮ่องกงกับนโยบายจีนเดียว

แม้สาธารณรัฐประชาชนจีนจะมีอำนาจเหนือเขตบริหารพิเศษฮ่องกงอย่างชอบธรรม ทว่านับตั้งแต่ปี ค.ศ.1997 ฮ่องกงยังคงมี “ปฏิญญาร่วมจีน-อังกฤษ Sino-British Joint Declaration (中英联合声明)” หรือชื่ออย่างเป็นทางการว่าปฏิญญาร่วมของรัฐบาลสหราชอาณาจักรบริเตนใหญ่และไอร์แลนด์เหนือกับรัฐบาลสาธารณรัฐประชาชนจีนว่าด้วยปัญหาฮ่องกง (中华人民共和国政府和大不列颠及北爱尔兰联合王国政府关于香港问题的联合声明) ปฏิญญานี้มีผลทำให้เขตบริหารพิเศษฮ่องกงไม่ต้องเปลี่ยนเป็นระบบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์เหมือนจีน แต่จะยังคงไว้ซึ่งระบบทุนนิยมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของตน ซึ่งจีนจะต้องไม่แทรกแซงไปจนถึงปี ค.ศ. 2047 นี่จึงเป็นความท้าทายของรัฐบาลกลางของจีนอย่างยิ่งยวด

เมื่อเกิดความท้าทายดังกล่าว จีนจึงต้องหาทางป้องกันปัญหา ด้วยการพยายามพัฒนาเขตพื้นที่โดยรอบเพื่อเชื่อมโยงฮ่องกงกับจีนเข้าไว้ด้วยกันให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการริเริ่มโครงการสะพานเชื่อมฮ่องกง จูไห่และมาเก๊า (港珠澳大桥) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2001 ซึ่งเปิดตัวไปเมื่อเดือนตุลาคม ค.ศ. 2018 นับเป็นสะพานข้ามทะเลที่ยาวที่สุดในโลกด้วยระยะทาง 55 กิโลเมตร มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาและเชื่อมโยงเศรษฐกิจทั้ง 3 เมือง รวมถึงเมืองใกล้เคียงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกว่างโจว (广州) เซินเจิ้น (深圳) จูไห่ (珠海) จงซาน (中山) ฟอซาน (佛山) ตงกว่าน (东莞) เป็นต้น และจากความสะดวกสบายด้านการคมนาคมนี้เอง จึงนำพาพลเมืองจากจีนหลังไหลเข้าสู่ฮ่องกงมากขึ้น ขณะเดียวกันความพึ่งพาทางด้านเศรษฐกิจของจีนที่มีต่อฮ่องกงก็ลดลงเรื่อยๆ เช่นกัน

กล่าวคือ เมื่อจีนเปิดเสรีทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรม จากเดิมที่การเดินทางต้องพึ่งพาฮ่องกงด้วยการใช้เป็นเส้นทางหลักมากกว่า 50% พบว่าปัจจุบันเหลือเพียงประมาณ 10% เท่านั้น ขณะเดียวกันฮ่องกงก็ยังต้องเผชิญกับการแข่งขันที่ดุเดือดจากท่าเรือเมืองติดทะเลของจีนอย่างท่าเรือเซี่ยงไฮ้ ท่าเรือเซินเจิ้น ท่าเรือหนิงปัว-โจวซาน ท่าเรือชิงเต่า ท่าเรือกว่างโจว ท่าเรือเทียนจิน ท่าเรือต้าเหลียน ท่าเรือเซี่ยเหมิน และท่าเรืออิงโซ่ว โดยเฉพาะท่าเรือเซินเจิ้นที่อยู่ติดกับฮ่องกง ได้กลายเป็นท่าเรือที่มีตู้คอนเทนเนอร์สินค้าเข้าออกมากที่สุดของจีน

รองจากท่าเรือเซี่ยงไฮ้และหนิงปัวแล้ว ขณะนี้ภาคการเงินการธนาคาร ตลอดจนภาคเทคโนโลยีก็ใช้เมืองเซินเจิ้นเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของบริษัทมากมาย อาทิ Citibank HSBC Huawei Tencent ZTE เป็นต้น



หมายเหตุ : หน่วยเงินตราเป็นสกุลเงินหยวนในสัดส่วน 1 : พันล้านหยวน

ที่มา : National Bureau of statistics of China

นอกจากความพยายามที่จะก้าวนำฮ่องกงทางด้านเศรษฐกิจแล้ว ความพยายามที่จะทำให้พลเมืองฮ่องกงเปลี่ยนความคิดให้ได้ว่าพวกเขาเป็นพลเมืองของสาธารณประชาชนจีนคนหนึ่งก็ได้ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ด้วยวิธีการที่แยบยล ไม่ว่าจะเป็นความพยายามที่จะทำให้พลเมืองฮ่องกงหันมาใช้ภาษาจีนกลางร่วมกัน ส่งเสริมให้มีการเรียนภาษาจีนกลางในการเรียนภาคบังคับ ส่งเสริมให้สื่อรายการโทรทัศน์เปลี่ยนจากการใช้ภาษาจีนกวางตุ้งมาเป็นภาษาจีนกลางแทนในช่วงเวลาที่คนดูมากที่สุด เป็นต้น ทว่าปัจจุบันก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะชาวฮ่องกงกลับรู้สึกว่าการจะถูกดูถูก "อัตลักษณ์" ของตนออกไปอย่างสิ้นเชิง

การกลืนอัตลักษณ์ของชาวฮ่องกง ดูเหมือนจะเป็นเรื่องท้าทายของรัฐบาลกลางจีนยิ่งกว่าการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจเสียอีก เพราะการเปลี่ยนความคิดพลเมืองฮ่องกงกว่า 7 ล้านคนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันนั้นเป็นไปได้ยาก คงต้องใช้ระยะเวลาอีกยาวนาน ขณะที่ "นโยบายจีนเดียว" ก็ถือเป็นนโยบายสำคัญที่ประธานาธิบดีสีจิ้นผิง (习近平) แสดงจุดยืนอย่างชัดเจนตั้งแต่เข้าดำรงตำแหน่งและในเวทีโลก

3. แนวโน้มในอนาคตและทิศทางความเป็นไปได้ของฮ่องกง

เดิมที่รัฐบาลจีนมีความตั้งใจจะเร่งพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ในมณฑลกวางตุ้งที่ครอบคลุม 9 เมือง ได้แก่ เซินเจิ้น กว่างโจว จูไห่ ฝอซาน ชุ่ยโจว ตงก่วน จงซาน เจียงเหมิน และจ้าวซิง รวมถึงมาเก๊าในการเชื่อมโยงเข้ากับฮ่องกงเพื่อขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์เขตเศรษฐกิจอ่าวกวางตุ้ง-ฮ่องกง-มาเก๊า (粤港澳大湾区) Greater Bay Area หรือ GBA อยู่แล้ว ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการตามแนวคิด One Belt One Road ของจีน (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. 2560 : ออนไลน์)

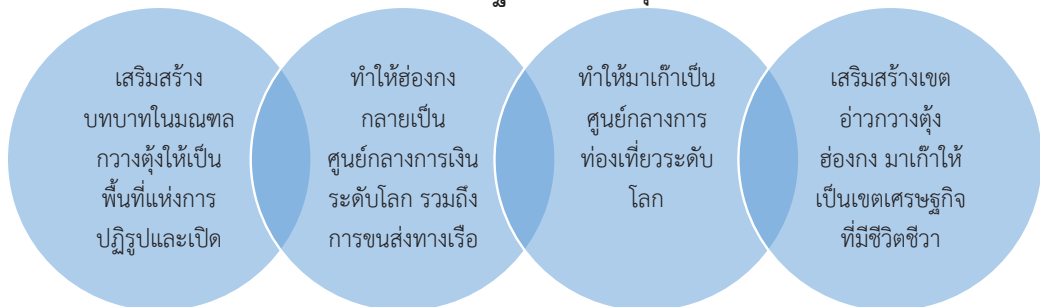


รูป 2 : แผนที่เขตเศรษฐกิจอ่าวกว่างตุ้ง ฮ่องกง มาเก๊า

ที่มา : Hongkong Asia's World City

เป้าหมายหลักในความร่วมมือนี้คือการนำนโยบายหนึ่งประเทศสองระบบมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความร่วมมืออย่างเป็นระบบมากกว่าเดิม โดยเน้นส่งเสริมฮ่องกงให้กลายเป็นศูนย์กลางการเงินระดับโลก การขนส่งทางเรือและการค้าระดับโลก ขณะที่มาเก๊าจะเน้นส่งเสริมเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวระดับโลก ซึ่งเป็นการเอื้อประโยชน์ในการเพิ่มศักยภาพและบทบาทของมณฑลกว่างตุ้งที่อยู่รายรอบให้กลายเป็นเขตเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่องด้วย

ความร่วมมือเชิงลึกในข้อตกลงว่าด้วยการสร้างเขตเศรษฐกิจอ่าวกว่างตุ้ง ฮ่องกง มาเก๊า



ที่มา : THAI BIZ China.com

ทว่าสถานการณ์ปัจจุบันกลับไม่เป็นไปตามยุทธศาสตร์เดิมที่จีนตั้งเป้าหมายไว้ รัฐบาลกลางจีนยังหันไปมองการพัฒนาพื้นที่ทางฝั่งมณฑลกว่างตุ้งมากขึ้น แม้จะยังไม่ได้มีที่แน่ชัดว่าแผนการขับเคลื่อนจะเปลี่ยนไปในทิศทางใด แต่หลายฝ่ายต่างก็มีอาจปฏิเสธได้ว่า “เงินจีน” กำลังมีบทบาทแทนที่ฮ่องกงในหลายด้าน ขณะที่เศรษฐกิจฮ่องกงชะงักลง การพัฒนาในอนาคตก็ถูกจำกัดไปด้วยเช่นกัน

สิ่งที่หลายฝ่ายเป็นกังวลมากที่สุด ก็คงเป็นประเด็นว่ารัฐบาลจีนจะใช้มาตรการอะไรต่อฮ่องกงในอนาคต ทั้งในด้านการปกครองและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ แต่ทราบได้ที่จีนมองว่าสถานการณ์ของฮ่องกงไม่เป็นภัยคุกคามต่อระบอบคอมมิวนิสต์ ก็ย่อมไม่เกิดการใช้อำนาจทางทหารเข้าควบคุมอย่างพลการแน่นอน เพราะตามกฎหมายพื้นฐานของฮ่องกงกำหนดว่า ทหารจากจีนสามารถปฏิบัติงานในฮ่องกงได้ก็ต่อเมื่อทางการร้องขอเท่านั้น เช่น มาตรา 14 ระบุว่า เมื่อถึงคราวจำเป็น ทางทหารฮ่องกงสามารถร้องขอให้รัฐบาลกลางจีนส่งความ

ช่วยเหลือจากค่ายทหารเพื่อ “การรักษาความสงบเรียบร้อยและการเยียวยาภัยพิบัติ” หรือมาตรา 18 ระบุว่าอนุญาตให้รัฐบาลกลางจีนระงับใช้กฎหมายฮ่องกงได้ หากมี “ภาวะสงครามหรือความวุ่นวาย” ที่เสี่ยงต่อการทำลายความมั่นคงแห่งชาติหรือ “ความเป็นเอกภาพ” (BBC NEWS. 2019 : ออนไลน์) เป็นต้น

ช่วงก่อนส่งมอบฮ่องกงสู่จีนเพียง 2 ปี คือในค.ศ.1995 อังกฤษได้จัดให้มีการเลือกตั้งสภานิติบัญญัติอย่างสมบูรณ์ขึ้นโดยผู้ว่าการฮ่องกงคนสุดท้ายคือ นายคริส แพตเทน (Chris Patton) ท่ามกลางเสียงคัดค้านจากจีน เพราะเป็นการชี้้นำให้พลเมืองฮ่องกงรู้จักกับระบอบประชาธิปไตยเต็มใบโดยไม่จำเป็น ต่อมาในปีค.ศ. 1997 เมื่อฮ่องกงกลับคืนสู่จีนแล้ว ความพยายามของพลเมืองฮ่องกงที่ต้องการแสดงให้เห็นถึงพลังประชาธิปไตยจากการเลือกตั้งนั้น ก็ดูจะไม่ประสบความสำเร็จแต่อย่างใด

ปัจจุบันสิ่งที่รัฐบาลจีนกลัวมากที่สุดกลับเป็นการแพร่ขยายแนวคิดประชาธิปไตยเข้าสู่จีน เหตุผลเพราะฮ่องกงมีการติดต่อสื่อสารกับประเทศต่างๆ ทั่วโลกผ่านสื่อและช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์กมากมาย เห็นได้จากหลายครั้งที่ฮ่องกงพยายามใช้สื่อต่างๆ ติดต่อกับมวลชนประชาธิปไตยทั่วโลกนั่นเอง

หากการตัดสินใจในอนาคตของจีนด้านการแก้ปัญหาต่างๆ ภายในฮ่องกงเป็นไปในทางเชิงกร้าว ผลกระทบที่ตามมาอาจแบ่งได้เป็น 3 กรณีด้วยกันคือ

- ผลกระทบภายในฮ่องกง

ท่าทีเชิงกร้าวของจีนจะนำไปสู่ความสูญเสียทั้งผู้คนและทรัพยากรจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นการตอกย้ำให้พลเมืองฮ่องกงเห็นว่านี้คือความล่มสลายของการปกครองแบบหนึ่งประเทศสองระบบ นำไปสู่การอพยพย้ายถิ่นฐานของประชากรทั้งพลเมืองฮ่องกงและพลเมืองต่างชาติจำนวนมาก ส่งผลต่อบริษัทธุรกิจการเงินข้ามชาติที่มีเป็นจำนวนมากในฮ่องกงต้องล้มลง โดยเลือกจะไปตั้งถิ่นฐานในประเทศที่นำลงทุนกว่า เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย เป็นต้น และที่เลวร้ายไปกว่านั้นอาจส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ จนถึงขั้นล่มสลายเลยก็เป็นได้

- ผลกระทบในระดับภูมิภาค

จีนอาจไม่ได้รับความไว้วางใจและทำให้ประเทศต่างๆ หวาดกลัวการเข้าแทรกแซงของจีน ขาดความไว้วางใจต่อสิ่งที่รัฐบาลจีนเคยอ้างถึงแนวคิดเรื่องการทะยานขึ้นอย่างสันติของจีน (和平崛起) หรือ China's Peaceful Rise มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 ด้วยปัจจัย 3 ประการที่ว่า

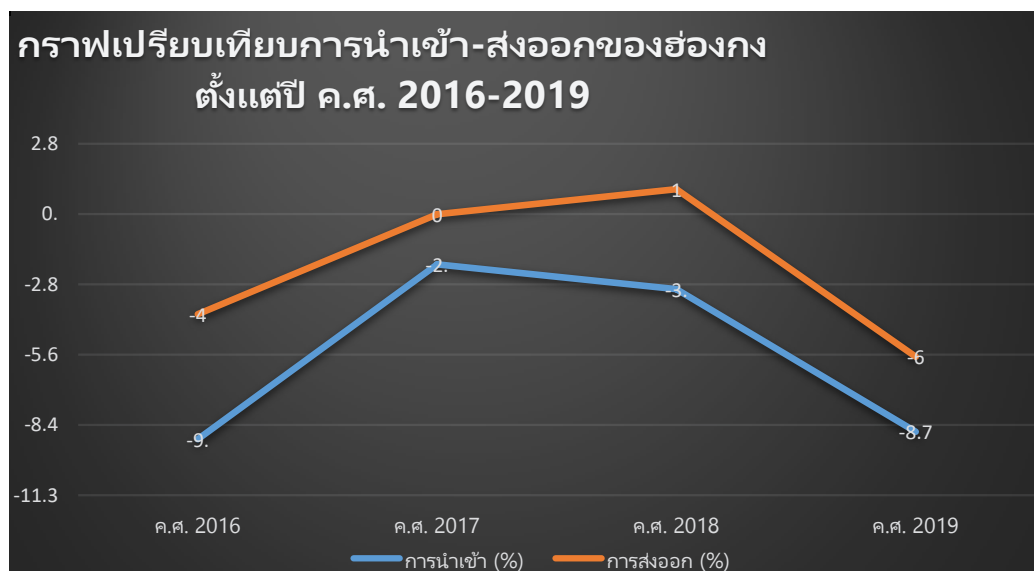
- (1) การเข้าไปมีส่วนร่วมในโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจ
- (2) การพัฒนาที่เป็นไปในแบบของตนเอง เน้นสร้างความเข้มแข็งให้แก่ตนเอง
- (3) การยึดมั่นในสันติภาพไม่แสวงหาความยิ่งใหญ่ ด้วยวิธีการก้าวร้าวรุนแรง (Zheng Bijian, 2005)

ดังนั้น หากจีนไม่ยึดมั่นในสิ่งที่เคยประกาศไว้ ก็อาจกลายเป็นผู้ร้ายในสายตาประชาคมโลก โดยเฉพาะพวกฝั่งประชาธิปไตย ความร่วมมือต่างๆ กับต่างประเทศก็คงจะเป็นไปได้ยากยิ่ง และอาจวนเข้าสู่ปัญหานี้กับได้หัวนอีกแห่ง นั่นเพราะได้หัวนขาดความเชื่อมั่นต่อการปกครองหนึ่งประเทศสองระบบอย่างสิ้นเชิง

ผลกระทบในระดับโลก

สหรัฐอเมริกาอาจหาความชอบธรรมในการเข้ามาจัดการปัญหาระหว่างจีนกับฮ่องกง จนนำไปสู่ความขัดแย้งที่ลุกลามบานปลาย ที่นอกเหนือจากสงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐ เพราะฮ่องกงทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการส่งออกระหว่าง 2 ประเทศอยู่ ทั้งปัญหาความขัดแย้งภายในของฮ่องกงเองและสงครามการค้านี้ ทำให้ตัวเลขการนำเข้าและส่งออกผ่านทางฮ่องกงในปี ค.ศ. 2019 ลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงขั้นติดลบ และอาจ

ติดลบระยะยาวไปอีก นอกจากนี้เงินอาจโดนคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจอย่างหนักทั้งจากโลกตะวันตกและโลกตะวันออกด้วยกันอีกด้วย



ที่มา : Census and Statistics Department

การแบ่งพลเมืองฮ่องกงจากแนวคิดทางการเมือง

หากมองจากปัจจุบัน สามารถแบ่งแนวคิดพลเมืองออกเป็น 2 กลุ่มหลักๆ คือ

1. พลเมืองที่ต้องการปกครองตนเองและเป็นอิสระจากรัฐบาลกลางจีน โดยมีความคิดที่ว่า การไม่ใช้ระบอบประชาธิปไตยนั้นถือว่าไม่ถูกต้อง และต้องทำทุกวิถีทางเพื่อไปสู่ประชาธิปไตยเต็มใบ เพราะมองว่าถ้าได้ปกครองตนเองและตัดสินใจอนาคตของตนเองจะต้องดีกว่านี้แน่นอน

2. พลเมืองที่ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจก้าวหน้า โดยไม่สนใจต่อระบอบการปกครอง มองเรื่องปากท้องสำคัญที่สุด จึงมองว่าระบอบประชาธิปไตยแบบครึ่งใบหรือระบอบสังคมนิยมไม่ใช่ปัญหาในการใช้ชีวิต หากในทางกลับกันระบอบประชาธิปไตยจะนำมาซึ่งความขัดแย้งวุ่นวายไม่จบสิ้นเช่นนี้

ดังนั้นแนวโน้มทิศทางและทางออกของฮ่องกงในอนาคต จึงควรจะเป็นไปในทิศทางที่ทั่วโลกยอมรับได้ และมีความเป็นไปได้ใน 2 กรณี กล่าวคือ

1. การกลับไปสู่อ้อมอกแผ่นดินแม่อย่างจีนโดยไร้ข้อกังขาใดๆ โดยยอมรับหลักการหนึ่งประเทศสองระบบและแนวทางการปกครองของจีนภายหลังปี ค.ศ.2047 ขณะเดียวกันก็เร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจให้กลับคืนมาเพื่อให้เป็นไปตามแผนการสร้างเขตเศรษฐกิจอ่าวกว่างตุ้งที่วางแผนไว้

2. การอพยพของพลเมืองออกจากฮ่องกงไปอยู่ต่างประเทศ เช่น ไต้หวัน สิงคโปร์ แคนาดา ออสเตรเลีย อังกฤษ อย่างกรณีหากต้องการย้ายไปอยู่อังกฤษ รัฐบาลอังกฤษจะให้สัญชาติเพียงชาวบริติชโพ้นทะเล (英国国民海外) หรือ British National (Overseas) เรียกสั้นๆ ว่า BN(O) ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับว่าพลเมืองฮ่องกงจะยอมกลายเป็นพลเมืองจีนเต็มตัว หรือจะยอมไปเป็นพลเมืองชั้นรองที่ต่างประเทศกันแน่

ไม่ว่าพลเมืองฮ่องกงส่วนมากจะยังคงยึดมั่นในอุดมการณ์ไปสู่จุดใดก็ตาม ทว่าในปี ค.ศ.2047 ข้างหน้านั้นคือครบวาระกำหนด 50 ปีของการปกครองด้วยหลักการหนึ่งประเทศสองระบบ แน่แน่นอนว่าสิ่งที่พลเมืองฮ่องกงมีอาจเสี่ยงได้เสียคือ ฮ่องกงจะต้องถูกผนวกรวมกลายเป็นส่วนหนึ่งของมณฑลกวางตุ้ง การปกครองที่ขึ้นตรงต่อรัฐบาลกลางจีนและต้องเป็นระบบสังคมนิยม ภาษาราชการจากเดิมที่เป็นภาษาจีนกวางตุ้งกับภาษาอังกฤษก็จะเปลี่ยนเป็นภาษาจีนกลางแทน สกุลเงินดอลลาร์ฮ่องกงจะต้องเปลี่ยนไปใช้สกุลเหรินหมินปี้ ไม่มีคำว่า “คนฮ่องกง” อีกต่อไป เพราะประชากร 7-8 ล้านคนจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของประชากรจีน 1,400 ล้านคนทันที

สิ่งที่รัฐบาลจีนต้องเร่งดำเนินการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อข้อเรียกร้องของพลเมืองฮ่องกง

ถึงแม้ว่าพลเมืองฮ่องกงส่วนหนึ่งจะยังแฝงตัวเรียกร้อง “ประชาธิปไตย” อยู่ก็ตาม แต่ถ้ารัฐบาลจีนแสดงเจตจำนงชัดเจนในอันที่จะแก้ปัญหาความยากลำบาก จัดทำโครงการต่างๆ ที่มุ่งยกระดับสังคมและเศรษฐกิจ ตลอดจนทำให้พลเมืองฮ่องกงส่วนใหญ่มั่นใจว่าเสรีภาพต่างๆ รวมถึงการดำเนินชีวิตของพวกเขาจะได้รับ ความคุ้มครองอย่างเท่าเทียม ก็คงจะช่วยบรรเทาปัญหาที่ยังรบกวนแต่เดิมลงได้บ้าง ซึ่งนโยบายเร่งด่วนและวิธีการที่น่าจับตามองก็คือ

1. การแก้ไขปัญหาที่พักอาศัยไม่พอเพียง แม้ฮ่องกงจะขึ้นชื่อว่าเป็นดินแดนที่มั่งคั่งร่ำรวยแห่งหนึ่ง แต่คนรุ่นใหม่กลับมองว่าพวกเขากำลังประสบปัญหาเรื่องที่พักอาศัย รัฐบาลให้ความสนใจแต่ผู้พัฒนาที่ดินรายใหญ่ แต่กลับไม่มีการก่อสร้างที่พักอาศัยหรือเคหสถานให้แก่ผู้ด้อยโอกาสอย่างพอเพียง
2. รัฐบาลจะต้องอธิบายแจกแจงนโยบายต่างๆ อย่างละเอียดและชัดเจน เพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิด เพราะนั่นจะเป็นการเปิดโอกาสให้นักเคลื่อนไหวใช้เป็นข้ออ้างสำหรับการก่อเหตุประท้วงหรือความรุนแรงขึ้น โดยอ้างคำว่า “ประชาธิปไตย” มาโจมตีรัฐบาลกลางปักกิ่งอีก
3. การแก้ไขปรับปรุงหลักสูตรการศึกษา รวมไปถึงร่างแก้ไขกฎหมายส่งตัวผู้ร้ายข้ามแดน จะต้องชัดเจน และสามารถอธิบายต่อพลเมืองฮ่องกงและชาวโลกได้ ไม่ควรทำให้พลเมืองฮ่องกงรู้สึกว่าเขาถูกปกปิดข้อมูล หรือไม่ได้รับความเป็นธรรมใดๆ ต่อไปอีก (KEN MOAK. 2019 : ออนไลน์)

4. บทสรุป

หลายฝ่ายมั่นใจว่าการเรียกร้องระบอบประชาธิปไตยของพลเมืองฮ่องกงไม่มีทางเป็นจริงได้แน่นอน เพราะจีนมองว่า “ฮ่องกงเป็นส่วนหนึ่งของจีน” อีกทั้งอาจส่งผลกระทบต่อข้อพิพาทเรื่องดินแดนระหว่างจีนกับทิเบต รวมถึงไต้หวัน ซึ่งส่งผลต่อความมั่นคงและเอกภาพของจีน ดังนั้นสิ่งเดียวที่จะเป็นไปได้มากที่สุดคือการยอมรับในหลักการหนึ่งประเทศสองระบบ และข้อตกลงที่จะเกิดขึ้นภายหลังปี ค.ศ. 2047 ว่าจะเอื้อต่ออนาคตฮ่องกงให้เป็นไปในทิศทางใด

สิ่งสำคัญคือพลเมืองฮ่องกงควร “มองอดีตเป็นบทเรียน เร่งพลิกฟื้นสถานการณ์ปัจจุบันและมุ่งพัฒนาไปสู่อนาคต” ไม่มองเพียงแค่นั้นเองเป็น “ประชากรฮ่องกง” เลิกแบ่งแยกและลบความคิดไม่ดีต่อคำว่า “ประชากรจีน” มุ่งสู่การเป็น “ประชากรโลก” ที่แข็งแกร่งจะเป็นผลดีต่ออนาคตของฮ่องกงมากที่สุด จากที่รัฐบาลจีนอาจตั้งใจลดบทบาทการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของฮ่องกงลง ก็จะหันกลับมาทบทวนต่อ

รูปแบบการปกครองฮ่องกงในระบบสังคมนิยมสมัยใหม่ พร้อมกับมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจฮ่องกงควบคู่ไปกับเขตเศรษฐกิจจีนที่อยู่รายรอบ ไม่แน่ว่าอนาคตของฮ่องกงอาจปรับเปลี่ยนไปสู่ทิศทางที่ทุกฝ่ายพอใจซึ่งเป็นการ “รวมชาติอย่างสันติ” อย่างที่ประธานาธิบดีสีจิ้นผิงวาดหวังไว้ก็เป็นได้

บรรณานุกรม

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครกว่างโจว. (2560) **เขตเศรษฐกิจ Greater Bay Area (GBA).**

[ออนไลน์]สืบค้น จาก : <https://thaibizchina.com/figure-publication/economic-zone/greater-bay-area-gba> (ตุลาคม 2560)

BBC NEWS. (2019)**Hong Kong : What is the Basic Law and how does it work?**. [Online]

Available : <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-49633862> (20 November 2019)

KEN MOAK. (2019) **HK ‘pro-democracy’ protests counterproductive.** [Online] Available :

<https://asiatimes.com/2019/12/hk-pro-democracy-protests-counterproductive/>
(20 December 2019)

National Geographic ฉบับภาษาไทย.(2562) **ฮ่องกง : ย้อนรอยประวัติศาสตร์แห่งการต่อสู้.** [ออนไลน์]

สืบค้นจาก : <https://ngthai.com/history/24503/hongkong-history-visual> (2 กันยายน 2562)

Zheng Bijian. (2005)*China’s Peaceful Rise: Speeches of Zheng Bijian, 1997-2005.*

Washington, D.C. : Brookings Institution Press.

	Name and Surname (姓名) : WATCHAREE BORIBOON
	Highest Education (最高学历) : Master’ s Degree B. 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) : 159/25 Soi Charoenkrung 79 Yeak 13, Charoenkrung Rd. , Watprayagrai Subdistrict, Bangkholaem District, Bangkok, 10120



中国影视在泰国的传播与影响

A STUDY ON THE INFLUENCE OF CHINESE MOVIES AND TV SERIES IN THAILAND : A CASE STUDY OF HUACHIEW CHALERMPRAKIET UNIVERSITY

付飞亮 博士 副教授¹

Assoc.Prof.Dr.FU FEILIANG

西南大学、文学院

School of Literature, Southwest University, P.R.China

E-mail: flfu@163.com

刘丽芳 博士 副教授²

Assoc.Prof.Dr.PORNPAN JUNTARONANONT

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: pornpan_wan@hotmail.com

尹士伟 博士 助理教授³

Assist.prof.Dr.TANES IMSAMRAN

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: yinlaoshi1974@gmail.com

田野 博士⁴

Dr.TIAN YE

南宁师范大学

Nanning Normal University, P.R.China

E-mail: 562729804@qq.com

Received: 21 April 2020 / Revised: 2 May 2020 / Accepted: 3 May 2020

摘要

中国电视剧在泰国的传播历经了四十多年的发展，每一个时期呈现不同的发展特点。中国电视剧在泰国发展的历史与现状，按照时间年限将其划分为初期、中期和后期三个阶段，同时通过对中国电视剧的泰国受众进行问卷调查，分析受众的构成、行为以及心理，针对问卷得出的受众反馈，提出改进中国电视剧输出泰国策略的三点建议，即提高剧目质量，发挥文化优势；拓宽传播途径，加强网络宣传；促进中外合作，改善出口政策。

关键词：中国电视剧，受众分析，泰国，传播

ABSTRACT

The spread of Chinese TV series in Thailand has experienced more than 40 years of development, and each period presents different development characteristics. This paper clears up the history and current situation of the development of Chinese TV in Thailand, the time period of Chinese TV series in Thailand can be divided into early, middle and late three stages, at the same time, through using questionnaire survey to analyse the composition, the behavior and psychology of the Chinese television audience in Thailand, according to the feedback of audience in questionnaire, put forward three suggestions for the improvement of Chinese television output strategy in Thailand, which includes improving the quality of drama, giving full play to the advantages of culture; Expanding the dissemination way, strengthening the network publicity; Promoting sino-foreign cooperation and improving export policies.

Key words: Chinese TV series, analysis of audience, Thailand, spread

研究的背景与意义 ความเป็นมาและประโยชน์ของการวิจัย

中泰两国在政治、经济、文化等方面有着紧密的联系。总体来看，两国关系历来友好，尤其是 1975 年 7 月 1 日正式建交之后，两国高层互访，不断加深政治互信。两国间的经济合作已经极为密切，中国已是泰国最大贸易伙伴，泰国也是中国“一带一路”政策的重要合作伙伴。中国文化对泰国的影响也较为深远，泰国有几百万华裔，更是两国政府与民间往来的重要力量。而文化上的理解、认同与亲近，是保证两国和谐相处的情感纽带，也是两国进行更深层次合作的催化剂，具有不容忽视的作用。

泰国有《新中原报》、《中华日报》、《星暹日报》、《亚洲日报》、《京华中原日报》、《世界日报》等多家中文报纸，并于 2011 年 5 月开设泰国国际中文电视台（TCITV）。这些中文媒介为中国文化在泰国的传播提供了良好的宣传窗口。但在现代文化传播的诸种形态中，最直接最有冲击力的，还是当首推电影与电视剧。尤其是互联网时代，影视产品的传播速度与范围更是超乎想象。因此，在此背景下，我们有必要审视中国影视作品在泰国的传播历史与现状，并对其中遇到的问题作出剖析，通过调查研究，寻求解决的方案与对策，为未来中国影视作品在泰国的进一步传播指明方向，进而促进中泰两国的文化交往，有利于两国全方位的深度合作。

20 世纪 60 至 90 年代，中国的电影与电视剧在泰国曾经十分流行，尤其是武侠片及历史传奇剧，对泰国人民有极大的影响。但是从 20 世纪 90 年代起，中国的影视作品在泰国逐渐失去了市场。美日韩的影视作品更受泰国观众的喜欢，加之泰国本土的影视制作日益成熟，中国影视作品在泰国的地位受到严重的冲击。伴随而来的可能后果是，泰国人民对中国文化的了解越来越低，两国人民之间的误解与冲突也可能会更多，而这是友好的中泰双方政府与人民都不愿意看到的。

因此，当下亟需扭转现状，思考下面一系列问题：为什么中国电影与电视剧在泰国失去了吸引力，在市场上未能占据主流？中国的电影与电视剧对泰国的出口为什么比不上韩国，甚至日本、美国？泰国人民到底喜欢什么样的影视作品？如何增加中国影视作品对泰国人民的吸引力？中国与泰国人民对影视作品的喜好与品味有何不同？《中国影视在泰国的传播研究》这一课题，将对以上这些问题进行反思，还将对中国影视作品的生产、制作与海外发行的现实政策与策略产生一定的影响，并有助于增进中泰两国人民的相互了解，求同存异，和谐共处。

研究目的 จุดประสงค์ของการวิจัย

以影视作品为媒介，增加中国文化在泰国的传播，增进中泰人民的相互了解和友谊，求同存异，和谐共处，构建 21 世纪新时期深层次的文化合作伙伴关系，在政治、经济与文化诸方面都达到双赢局面。

研究范围 ขอบเขตในการวิจัย

研究从 1950 年到 2016 年这一长达半个多世纪的时间中，中国影视作品在泰国的传播与影响。首先，研究中国影视作品在泰国的传播大致可分为几个时期，分别有什么特点，原因是什么，与当时的国际形势，中、日、韩、欧美等与泰国的政治经济状况，泰国引进外国影视作品的相关政策等有何关系等。其次，研究中国影视作品在泰国到底有多大的影响，影响到泰国的哪些方面，这种影响对促进中泰和谐共处、友好合作的国际关系有何积极作用。再次，研究一些更为微观的具体问题，如中国影视作品在泰国的传播与华裔的关系；相比起中国影视作品，为何韩国影视作品更受泰国人喜欢（经过初步的访谈，课题主持人得到一大概印象）；相比起中国现代生活体裁的影视作品，为何历史剧与武侠片，如《三国演义》、《包青天》、《甄嬛传》、《还珠格格》、《康熙王朝》、《射雕英雄传》、《天蚕变》等更受泰国观众欢迎。

最后应重点研究的问题：如何促进中国影视作品在泰国的传播？这一问题属于对策性论述，大致可从产业机制与政策机制两方面入手，需要建立在充实的调查数据之上。

术语定义 นิยามคำศัพท์

中国影视作品，其中中国一词包括中国大陆、台湾、香港与澳门，凡所有以上地方制作的电影、电视剧，皆为中国影视作品。传播研究重在用事实数据说话；影响研究重在调查访谈，当然也可以辅之以文献分析。

研究创新之处 ประเด็นใหม่ที่เกิดขึ้นในงานวิจัย

产业机制将涉及创意策划、内容生产、发行营销、衍生品开发等问题。政策机制将涉及政策扶持、生产模式等问

假设 การตั้งสมมติฐาน

本课题将先预设一系列的假设，然后以此为基础，设计问卷，通过问卷调查的数据分析，来检验、修正这些假设。

1) 泰国进电影院看电影的人，主要是年轻的都市白领与大中学生，集中在曼谷，他们更喜欢在家或者在网上看电视。

2) 泰国人看重的影视剧元素，从高到低排列分别为：
俊美的男女演员——精彩曲折的故事——哲理道德教训——好听的音乐——展现的异国风情。

3) 泰国人重视的哲理道德教训，从高到低排列为：
因果轮回、善恶有报——爱情浪漫、婚姻幸福——事业有成、财富地位——父慈子孝、家庭和睦——惩奸除恶、伸张正义。

4) 泰国人不能容忍影视作品中出现的场景，按厌恶程度从高到低排为：
色情——赌博——吸毒——抽烟——喝酒——凶杀暴力——乱伦——污言秽语——虐待动物。

5) 按当下泰国人喜爱程度从高到低排列，影视生产制作国别为：
泰国——韩国——日本——中国——欧美——印度——新加坡——其他国家。

6) 泰国华裔、有留学中国经历者及学习中文者，看中国电影电视剧的概率及数量要比一般泰国人多。

7) 观看中国影视剧时，一般的泰国观众都认为，泰语配音更容易被接受；其次是中文原音，配上泰文字幕；再次是中文原音，也没有泰文字幕。

8) 对中国影视剧类型，泰国人喜爱程度从高到低排列，分别为：武侠片——历史剧——喜剧——爱情片——神鬼片。

9) 按中国电影的产地来分，泰国人喜爱程度从高到低排列，分别为：香港——台湾——中国大陆

10) 按年龄来分，中老年人一般在泰国第三频道、第七频道、第九频道看中国影视剧，而青少年一般在网络上如 Youtube 上看。

11) 按性别来分，男性更爱看中国武侠片与历史剧，女性更爱看爱情片；而对于喜剧，男女都喜爱。

12) 按影视剧生产年代来划分，泰国更喜爱中国 20 世纪 60-90 年代之前的影视作品，其次 1990-2000 期间的，再次是 21 世纪的。

13) 泰国观众对中国的明星大多数还保持在上个世纪的记忆中，如成龙等人，对当下的中国明星基本上没有特别的印象，因此，不太可能靠明星来吸引泰国观众来看中国电影了。

14) 中国电影与电视剧之所以不受泰国观众青睐的原因：首先，可能在于文化差异及意识形态等方面的不同；其次，可能在于营销发行等传播渠道的不够畅通；再次，可能在于中国影视作品本身质量不高，这也许是最关键的原因。

文献综述 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

(一) 国内研究现状 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ

中国国内，至今没有“中国影视在泰国的传播”相关的博士学位论文，也没有相关的研究专著。张充的博士论文《泰国大众文化下的〈西游记〉》，在第三章整理分析了《西游记》影视作品在泰国的传播。（张充：2014）该章对中国大陆和港台地区拍摄的《西游记》相关的影视作品在泰国的传播作了较为详细的介绍，但显然该论文是个案研究，重点也不是放在影视作品上。

一些相关的硕士论文也大多为个案研究。如范兰珍的《中国历史故事题材影视剧在泰国传播研究——以〈三国演义〉为例》主要研究了《三国演义》电视剧在泰国的传播（范兰珍：2015）。里面虽然也涉及中国的一些其他影视在泰国的传播，但未成系统。吴寒《中国电影产品在“泛华夏文化圈”的营销策略选择研究》，考察中国电影产品在“泛华夏文化圈”的营销现状和存在问题。其中具体涉及泰国的只有两处，一是2010年到2012年在泰国上映的中国电影数量及票房，另一个是泰国的中央中文电视台开辟了《中国电影坊》栏目（吴寒：2014）。该文重点在于研究中国电影如何在“泛华夏文化圈”进行营销，并未将泰国单独列出来研究，属于宏观论述，多为泛泛之谈。另有一些相关的单篇期刊论文。如刘凤美（Ms. Winonrat Wasinnitwong）的《武侠类影视作品在泰国》，简要地梳理了中国武侠类影视作品从20世纪50年代起在泰国的传播情况，并对中国武侠影视作品在泰国的兴衰原因作了分析（刘凤美：2010年第15期，第21-23页）。当然，该文并非专论中国武侠类影视作品在泰国的传播，其中还包括了泰国本土拍摄、改编的武侠影视作品。在泰国当下，为何美国与日韩的影视剧依然在热播，而偏偏是中国影视逐渐淡出泰国人民视野，该文并没有分析揭示出个中更深层次的原因。梁悦悦的《中国电视剧在泰国：现状与探讨》对中国电视剧在泰国的播出情况，从数量、类型、播出时段等方面作了较为详细的梳理与分析（梁悦悦：2013年第1期，第75-77页）。但是，该论文只是分析了泰国第3电视频道2008年到2011年这4年间的中国电视剧播出情况，无论是广度还是深度皆不够。

(二) 国外研究现状 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

迄今为止，在国外也未见“中国影视在泰国的传播”相关的博士论文与专著。只有几篇相关的硕士论文，全部是来自泰国。但大多为个案研究，甚至有的只是提及中国影视，其目的与重点并未放在中国影视上面。

如朱拉隆功大学拉努波迪（Narubodee Wathanakom）的硕士论文《中国电视剧〈包公〉对曼谷观众的社会影响》，主要从文化分享、对社会价值的了解、行为榜样和准社会交往等方面进行，调查研究中国电视剧《包公》对曼谷观众的社会影响（นฤบดี วรรณาคม：1998）。

泰国艺术大学帕奇哇（Pancheewa Naksit）的硕士论文《佛统大学2000学年大一新生

观看、阅读电视剧<三国>后的批判性思维发展水平的比较研究》(A Comparative Study of Critical Thinking Development Levels by Viewing and Reading the Television - Drama Sam - Gok of the First Year Students at Christian College, Nakhon Pathom, A.D. 2000), 取样 50 位学生, 历经十二周的实验时间, 采用方差分析 (ANOVA) 处理学生在观看、阅读《三国》之前与之后的数据, 以比较学生的批判性思维能力 (ปานชีวา นาคสิทธิ์: 2000)。蓝康恒大学苏尼沙 (Sunisa Pariman) 的硕士论文《中国武侠小说的泰译本<玉龙>研究》, 分析了金庸的小说《射雕英雄传》翻译成泰文《玉龙》后在泰国流传的原因。里面提到中国电视剧《射雕英雄传》在泰国的传播情况及受欢迎的原因 (สุนิสา ปริมาณ: 2000)。华侨崇圣大学赵安珠 (Jiraporn Tieosapjareon) 的硕士论文《论<射雕英雄传>在泰国的传播与影响》, 研究《射雕英雄传》自 1958 年被译成泰文《玉龙》后在泰国的传播与影响, 涉及纸质、影视及网络等媒介。其中对根据金庸的“射雕三部曲”——《射雕英雄传》、《神雕侠侣》、《倚天屠龙记》拍成的影视作品在泰国的传播作了较为详细的梳理 (赵安珠: 2013)。华侨崇圣大学刘美春 (Penlurdee Laopratoomvirote) 的硕士论文《中泰古代民间传说的现代演绎》——电视剧<白蛇传>与电影<幽魂娜娜>比较研究》, 比较了中国的电视剧《白蛇传》(2006) 与泰国电影《幽魂娜娜》在情节结构、人物等方面的异同及背后的文化内涵 (刘美春: 2011)。该论文并没有论述《白蛇传》在泰国的传播与影响。

华侨崇圣大学程莹芬的硕士论文《中泰电影电视剧译名特点的比较研究》, 对 2000 年至 2013 年的中泰两国影视作品在片名的翻译方法和重命名技巧进行比较研究, 分析传统文化及社会价值观等因素对作品命名的影响 (程莹芬: 2014)。论文但并没有对中国影视在泰国的传播进行梳理。

朱拉隆功大学 สมิตีร์ จิรติลก 《การศึกษาภาพยนตร์เพลงจีวของบริษัท ซอว์ บราเดอร์ส ในบริบททางสังคมและการเมืองของประเทศไทยจีน》的课题研究, 分析了邵氏兄弟公司一系列反映中国社会的电影, 认为电影里面反映的是受孔子基本教义影响的男权社会; 同时, 基于中国社会的大家庭结构的推崇, 它们也非常关心家庭问题, 尊重长辈; 最后, 在信仰上, 是儒释道三教融合的基本思想 (สมิตีร์ จิรติลก : 2012)。这反映了泰国学者对中国电影的了解比较深入, 但是并没有提及中国影视在泰国的传播。

从上所述已显示着泰国以外国学者早了不少有关中泰的电视和电影但还没有学者提到中国影视在泰国发展的漫长时间对当地人界起了怎么样的影响。在本研究中就要提及这方面。

研究方法 ระเบียบวิธีวิจัย

采用问卷调查法、个案法、参与观察法、深度访谈法和文献法等, 分析不同年龄、性别、种族 (是否有华人血统)、职业、地域 (南北部)、收入水平、教育程度及教育背景 (是否有留华经历) 的泰国人对中国影视作品的认知与态度。囿于研究时间与研究范围的局限, 将主要以华侨崇圣大学的泰籍教职工与学生为访谈、调查对象, 同时尽可能地扩大数据采集范围,

在华侨崇圣大学、清迈大学、法政大学、孔敬大学等地发放调查问卷并回收。如有可能，在保证人身安全与学业无虞的前提下，发动华侨大学的泰籍学生参与此项数据采集工作，请他们向不同阶层的泰籍人士发放与回收试卷，当然，也可请他们通过网络（电子邮箱等）向亲朋好友征集数据。发动学生的目的，在于最大程度地采集到泰国各阶层人士对中国影视作品的接受程度与态度，以真实地呈现现状。

拟采用半结构式调查问卷，问卷以中文和泰文双语形式书写，填答问卷既可使用中文，也可使用泰文。问卷中既设有一些具有固定的、标准的问题，也有一些让回卷者自由发挥的问题，由被访者自己填答问卷，回收率控制在 67% 以上。

研究内容 เนื้อหาในการวิจัย

中国影视在泰国的传播概况可分为初期，中期，后期三个阶段而每个阶段呈现着不同的特点。

初期：20 世纪 70 年代-20 世纪 80 年代。在 1957 年泰国出现了第一部港泰合拍电影——《秋风》，王引执导，陈蝶衣编剧，王引、林翠、袁颂、沙昌、张白主演，联合影业公司出品。以泰国北部清迈的华侨生活为背景。但故事情节与泰国电影几乎没有区别。所以当时不大受影迷关注。到了 1959 年 Ploenjit 出版社出版 Chamlong Phitsanaka 翻译的《射雕英雄传》后，开了中国武侠小说在泰国传播之先河，正好与此同时香港邵氏公司及台湾的武侠电影在泰国不断涌现，小说、电影两者互相烘托，一时间使武侠小说、武侠电影在泰国繁盛。1975 年，泰国第三电视台引进于 1974 年台湾中华电视公司出品的《包青天》，这部剧是泰国引进的第一部中国电视剧，在泰国一经播出就引起了收视热潮，仪铭扮演的包青天断案公道，机智过人，深受泰国人民的喜爱。1975 年，泰国第九电视台播出 1973 年出品的《保镖》、《杨门女将》，1978 年《射雕英雄传》在第九电视台播出，由于金庸的小说《射雕英雄传》于 1957 年由泰国翻译家查隆·比萨纳克传入泰国，中国武侠题材的小说迅速吸引了泰国人的目光，这部小说在泰国的流行也为电视剧在泰国的火爆奠定了广泛的受众基础。1979 年泰国第三电视台播出《天蚕变》，紧接着又播出《天龙诀》，《绝代双骄》。

这一阶段泰国引入的中国电视剧数量并不是很多，从泰国引入中国电视剧的类型可以看出，泰国人主要对中国的古装剧，历史剧感兴趣。

中期：20 世纪 80 年代-2005。根据国家广电总局发布的数据显示，2003-2005 年，我国海外发行剧目数量大幅增长，而中国电视剧在泰国的传播也出现了一个小高峰。从 20 世纪 80 年代各类武侠片、古装片、历史片在泰国的热播，到 2003 年《流星花园》的大火，可以看出这个时期中国电视剧在泰国的传播类型非常多样，播出剧目的数量也较上一个时期更多，与电视剧的相关的偶像明星和文化产品在泰国广受欢迎，所以不管从数量上和类型上，还是从影响程度来看，这一时期算是中国电视剧在泰国传播的黄金时期。20 世纪 80 年代-2005 年 1993 年 86 版的《西游记》在泰国七台播出，播放时间为每天下午，后来 9 频道、

5 频道和 3 频道又相继播出，五频道播出的时间为中午 11:00-12:00，9 频道还推出了 VCD 系列（张充：2014）2005 年-2006 年期间，1999 年央视出品的《西游记》又引入泰国，但这一版本的《西游记》的影响效果却不如 86 版的深远。

台湾偶像剧于 2003 年传入泰国，一经播出就引发收视热潮。泰国三台安排《流星花园》在周五晚上的 20:15-22:00 播出，后来又将播放时间增加到周四晚上同一时间，取消原计划播出的泰剧。《流星花园》之后，三台继续引进《流星花园 2》《贫穷贵公子》、《橘子酱男孩》、《战神》、《狂爱龙卷风》等多部偶像剧，台湾偶像进入泰国市场，受到剧迷的疯狂喜爱。

后期：2005 年-现在。继 2005 年台湾偶像剧在泰国盛行之后，韩国偶像剧逐渐打入东南亚的市场，泰国进入“韩流”期间，韩国电视剧、电影、音乐等娱乐事物在泰国产生很大的影响，一些电视台引进许多韩剧来播出，吸引了一大批青少年观众，这样一来，中国偶像剧在泰国的观众群就受到了分流，损失了一部分看众（周静（MUTTHAWAN PINKUL）：2015）。泰国引入中国现代剧的数量相对于古装戏较少，在泰国播出的剧目主要有《致我们单纯的小美好（2017）》《微微一笑很倾城（2016）》《漂亮的李慧珍（2017）》《杉杉来了（2014）》《狐狸的夏天（2017）》等，这些电视剧的播出并没有引起广泛的关注，播出的平台主要在互联网上和手机 app 上，粉丝讨论的热度也不是很激烈。

总体而言，这一时期的中国电视剧在泰国的传播数量上存在绝对优势，占泰国进口电视剧总数的 60% 以上，播出类型主要是古装剧和青春偶像剧，传播的效果有限，没能引起较大范围的讨论。

课题研究成果 สรุปผลการวิจัย

本课题的研究成果是符合笔者所设定的假设，即中国影视作品在泰国的遭遇以及所有的问题，主要还是在于影视作品自身。所谓的民族、宗教、政治、经济、文化、风俗习惯、风土人情等方面的差异，在过去可能被夸大。在全球化语境中，当下的泰国观众，当然也包括世界其他民族与国家的观众，可能不会过于纠结影视作品中的意识形态、宗教文化等方面的不同。因此，只要影视作品自身足够优秀，就可以风行全世界，受到全世界绝大多数观众的喜爱。受普遍喜爱的影视作品，其内容可以是反映普遍人性的，也可以是独具民族与地域特色的。也就是说，影视作品内容是否具有世界性与普适性，不是决定其是否受世界观众欢迎的首要因素。影视作品的故事本身及其讲述与呈现的方式是决定其是否受世界观众喜欢的主要因素，即影视作品的情节本身是否精彩、其叙述的方式是否生动、影视画面是否精美、音乐是否精彩、男女主演是否俊美等。

从研究中可以总结出泰国观众选择观看中国电视剧的心理图式有以下四种：

1、放松身心，愉悦感官

通过问卷调查结果分析可以发现，中国电视剧的泰国受众年龄集中在 18-25 岁，职业以学生、公司职员居多。这一类群体还处在人生和事业的上升阶段，学习和工作都比较繁忙，

学业工作压力大，他们在工作学习之余便倾向于选择轻松休闲的节目内容来解压放松。青春偶像剧和古装剧剧情简单通俗，服装道具精美，演员相貌出众，配乐怡人动听，能够给观众留下视觉上和视觉上的美感，从而达到放松身心的效果

2、求知求新，增长见识

泰国受众特别钟情于中国古装剧，中国古装剧蕴含了丰富的历史文化内容，能够从侧面传达出中国传统文化的多种元素和文化价值观。例如《知否知否应是绿肥红瘦》这部剧中就反映出中国宋朝的点茶礼仪、中国古代的嫁娶制度、马球、射箭等古代娱乐活动。泰国观众在观看这类电视剧时能够了解到与本国文化相异的中国传统文化，满足了自己求知求新的需求，在娱悦身心的同时还增长了见识，拓宽了眼界。

3、道德教化，追求真善

泰国与中国地理相近、血缘相亲，文化相通。中泰两国有着相似的文化背景和价值观念，泰国有八百多万华人，这一部分群体将中华文化带到泰国，随着时间的流逝，中华文化与泰国本土的文化相融合，使得中泰“文化的共享性”提高。这种文化上的接近性使得泰国人对中国电视剧相较于欧美国家的电视剧而言接受程度更高。中国电视剧大多传达符合儒家文化的忠孝悌勇，义礼智信等道德思想，这与泰国宣扬的慈悲为怀、温柔敦厚、善待众生等道德观念存在着共通之处。泰国观众在观看中国电视剧时希望能够获得爱情幸福、家庭美满、因果有报，除恶扬善等道德哲理，也期待电视剧能有一个大团圆结局，这些心理图式都与中国观众类似。

4、情感满足，实现自我

马斯洛将人的需要分为五类：生理需要、安全需要、社会需要、尊严需要、自我实现的需要。在大众传播中，受众的需要说到底是一种信息需要、精神需要（邵培仁：2007；209）。电视剧通过构造一个美好理想的拟态环境，展现现实生活中无法实现的爱情、友情、家庭、事业等各方面的完满，为电视剧观众提供了一个间接实现自我情感满足的渠道。观众沉浸在虚幻的电视剧世界里，暂时忘却了生活中的挫折与不顺，心灵能够得到短暂的慰藉，从而形成自我满足的心理范式。中国的青春爱情偶像剧在泰国广泛传播就是借助泰国观众通过电视剧得到情感满足，实现自我的心理需求。

对于中国影视在泰国的传播策略可归纳成几项如下：

1. 提高剧目质量，发挥文化优势。中国电视剧的播出近些年在数量上一

直呈现出稳步增长的态势，但质量却参差不齐。内容精彩，制作精良，表演精到的电视剧目所占比例较小，大多数剧目粗制滥造，剧情单薄，演员演技浮夸，不能反映中国的社会现实与文化图景，观众在观看电视剧时无法得到情感上的共鸣（陈旭光主编：2012；62）。

2. 拓宽传播途径，加强网络宣传。目前的电视剧已经形成以电视台和互联网为主的传播网络，但是传播的力度仍不够。在新媒体时代，更多的观众选择在互联网站和手机客户端观看电视剧，但电视剧的网络推介却跟不上传播的步伐。中国电视剧应该充分利用脸书（Facebook）、照片墙（instagam）等网络社交传播广，链接性、即时性、互动性强等优

点, 在电视剧播出的前期、中期和后期加强推介营销的力度, 使中国电视剧在网络媒体上增加曝光度, 吸引更多潜在的受众。

3. 促进中外合作, 改善出口政策。中国对电视剧政策的扶持是促进电视剧国际传播重要的外部因素。中国影视产业长期处于计划经济的管理体制下, 影视产业监管部门严重依赖于行政干预, 管办不分色彩明显, 这种宣传管理与经营管理相混合的管理体制, 对影视产品海外输出的市场化运营构成极大障碍, 即缺乏一个市场化的管理机构, 没有建立从影视产品制片、发行、上映到衍生品开发与国际化市场接轨的统领性管理部门。另外影视产品出口涉及文化部、国家新闻出版广电总局、海关总署、外贸管理局等多个管理部门, 各部门在工作中又往往互不统一, 互相掣肘, 容易导致部门间协调不畅, 互相推脱的现象出现。因此, 需要努力实现对影视产品出口的规范管理。笔者所建议有以下几项策略: (一) 成立影视产品出口的管理机构, 组建影视产品出口的行业协会 (二) 扶持影视产品出口的法律政策 (三) 扶持影视产品出口的经济政策 (四) 扶持影视产品出口的人才政策。

结语 สรุป

中国电视剧在泰国的传播历经了四十多年的发展, 每一个时期呈现不同的发展特点。中国电视剧在泰国发展的历史与现状, 按照时间年限将其划分为初期、中期和后期三个阶段, 通过对中国电视剧的泰国受众进行问卷调查, 分析受众的构成、行为以及心理, 针对问卷得出的受众反馈, 提出改进中国电视剧输出泰国策略的三点建议, 即提高剧目质量, 发挥文化优势; 拓宽传播途径, 加强网络宣传; 促进中外合作, 改善出口政策。

参考文献 บรรณานุกรม

- 刘凤美: 《武侠类影视作品在泰国》, 《电影文学》, 2015 年第 15 期, 第 21-23
- 刘美春: 《中泰古代民间传说的现代演绎——电视剧〈白蛇传〉与电影〈幽魂娜娜〉比较研究》, 泰国华侨崇圣大学硕士论文, 2011
- 吴寒: 《中国电影产品在“泛华夏文化圈”的营销策略选择研究》, 兰州商学院硕士论文, 2014
- 范兰珍: 《中国历史故事题材影视剧在泰国传播研究——以〈三国演义〉为例》, 广西大学硕士论文, 2015
- 陈旭光主编: 《华语电影》, 北京: 北京大学出版社, 2012
- 邵培仁: 《传播学》, 北京: 高等教育出版社, 2007
- 张充: 《泰国大众文化下的〈西游记〉》, 天津师范大学硕士学位论文, 2014
- 赵安珠: 《论〈射雕英雄传〉在泰国的传播与影响》, 泰国华侨崇圣大学硕士论文, 2013
- 周静 (MUTTHAWAN PINKUL): 《论中国偶像剧在泰国的传播》, 浙江大学硕士学位论文, 2015
- 梁悦悦: 《中国电视剧在泰国: 现状与探讨》, 《电视研究》, 2013 年第 1 期, 第 75-77

นฤปดี วรรณาคม, ผลงานสังคมของภาพยนตร์จีนชุด "เป่าปู้จิ้น" ต่อผู้ชมในกรุงเทพมหานคร, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, บัณฑิตวิทยาลัย, 1998

ปานชีวา นาคสิทธิ์, การศึกษาเปรียบเทียบระดับการพัฒนาความคิดอย่างมีวิจารณญาณในการรับสารผ่านทักษะการดูละครโทรทัศน์และการอ่านบทละคร

โทรทัศน์ เรื่อง สามก๊ก ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยคริสเตียน จังหวัดนครปฐม ปีการศึกษา 2543, มหาวิทยาลัยศิลปากร . บัณฑิตวิทยาลัย , 2000

สมิทธิ์ จิรติลก, การศึกษาภาพยนตร์เพลงจิ้งจอกบริษัท ซอว์ บราเดอร์ส ในบริบททางสังคมและการเมืองของประเทศไทย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, Mar 23, 2012

สุนิสา ปริมาณ, การศึกษานิยายกำลังภายในเรื่องมังกรหยก, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, บัณฑิตวิทยาลัย, 2000

Author (1) Information (第一作者信息)

	Name and Surname (姓名):
	FU FEILIANG
	Highest Education (最高学历):
	Ph. D. in Literature
	University or Agency (任职院校或单位):
	School of Literature, Southwest University, P. R. China
	Field of Expertise (专业领域):
	Comparative Literature & World Literature
	Address (地址):
	No.2 Tiansheng Road, BeiBei District, Chongqing, 400715, P. R. China

Author (2) Information (第二作者信息)

	Name and Surname (姓名):
	PORNPAN JUNTARONANONT
	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):
	Chinese Studies (Oversea Chinese in Thailand)
	Address (地址):
	145 Budhamonthon Sai 2 Soi 7 Bangkaenue Khed Bangkae Bangkok 10160

Author (3) Information (第三作者信息)

	Name and Surname (姓名):
	TANES IMSAMRAN
	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):
	- Teaching Chinese For Foreigners - Linguistics and Applied Linguistics - Chinese studies
	Address (地址):
	Huachiew Chalermprakiet University 18/18 Bangna – Trad, Bangchalong , Bangpee , Samutprakarn 10540



Author (4) Information (第四作者信息)

	Name and Surname (姓名): TIAN YE
	Highest Education (最高学历): Doctor of Arts
	University or Agency (任职院校或单位): Nanning Normal university, P.R.China
	Field of Expertise (专业领域): - Thai language - Grammaticalization
	Address (地址): No.175 Mingxiu East Rd, Nanning city, Guangxi Province, China



高校编制备案制管理模式的探索与分析—以 T 大学为例

EXPLORATION AND ANALYSIS OF THE MANAGEMENT MODE OF THE PREPARATION OF RECORDS IN COLLEGES AND UNIVERSITIES—TAKING T UNIVERSITIES AS AN EXAMPLE

冉向东

RAN XIANG DONG

泰国正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management

E-mail: 395264224@qq.com

Received: 9 March 2020 / Revised: 27 May 2020 / Accepted: 28 May 2020

摘要

编制管理高校实施自我管理的重要组成单元，随着社会经济体制与教育体制改革，高校的职能也发生了变化，中国传统的编制审批制管理模式的滞后，严重的制约了高校的发展。本文通过对 T 大学编制管理模式现状的研究，结合文献分析法、观察研究法、问卷调查法、访谈法等四种研究方法推定结论，贡献出解决问题的建议。

首先，分析 T 大学实施人员编制员额备案制改革研究背景、研究目的及研究意义；梳理 T 大学在编制员额备案制改革中的政策依据和文献资料，笔者在研究过程中运用的方法（观察文献分析法、观察研究法、问卷调查法、访谈法）研究框架；其次，通过分析 T 大学编制管理现状及存在的问题和改革状况的分析，根据分析调查数据找到存在的问题与原因；再次，研究 T 大学编制管理的现状，提出实施编制员额备案制改革优化策略，构建改革的实施方式和策略体系与保障措施；最后，总结提炼出研究方法推定结论，贡献出解决问题的建议。

通过研究分析得出，促进政府职能转变，扩大办学自主权限，实施编制员额备案制是高校今后奋进的方向。同时，拓宽 T 大学转型道路，不断提升编制管理水平，为地方高校以及其他单位的编制改革发展提供参考借鉴价值。

关键词：高校，自主权，改革，编制管理，备案制

ABSTRACT

In order to compile and manage the important components of self-management in colleges and universities, with the development of social economic system and education system, the functions of colleges and universities have also changed. The traditional management system of China's preparation and approval system lags behind, which seriously restricts the development of colleges and universities. In this paper, through the research on the current situation of the management model of T University, combined with the four research methods of literature analysis, observation research, questionnaire survey, interview method, etc., the conclusions are drawn and the suggestions for solving the problems are contributed.

Firstly, it analyzes the research background, research purposes and research significance of the staffing system of the T University implementation staff; sorts out the policy basis and literature of the T University in the preparation of the post filing system reform, and the method used by the author in the research process (observation literature analysis) The research framework of law, observation research method, questionnaire survey method and interview method; secondly, through analyzing the current situation of T University's preparation management, analysis of existing problems and reform status, and finding out the existing problems and causes based on the analysis of survey data; The current situation of the preparation and management of the college proposes the implementation of the reform and optimization strategy for the preparation of the post filing system, the implementation of the reform, the strategy system and the safeguard measures. Finally, the conclusions of the research method are summarized and the suggestions for solving the problems are contributed.

Through research and analysis, it is concluded that promoting the transformation of government functions, expanding the autonomy of running schools, and implementing the filing system for posts are the direction for colleges and universities to forge ahead. At the same time, we will broaden the transformation path of T University, continuously improve the management level, and Provide reference value for the establishment reform and development of local universities and other units.

Keywords: University, Autonomy, Reform, Preparation management, Filing system

绪论

一、研究背景和意义

（一）深入贯彻落实关于人才的会议和文件的精神

为了深入贯彻中国关于人才的精神，2017 年 T 市印发关于编制改革的文件，明确提出 T 市高校探索机构编制不再纳入事业单位管理模式，由审批制转为备案制，人员编制核定、使用、日常管理和人员管理方面全面推行备案制，在机构设置和职数配置方面部分推行备案制。同时提出实行备案制管理以后，单位性质仍然属于事业单位，原来履行的公益属性不变，继续履行其应当承担的事业单位社会公益职责，原核定的事业编制全部收回。该通知中将 T 大学明确为实行备案制管理试点单位，待改革工作相对成熟完善后，选定适合的时机向全市进行大面积推广。

（二）T 大学转型发展进入深水区，借改革之机促人才转型

T 大学的办学定位是建设具有特色的高水平应用型大学，而且已经成为省级应用转型的试点高校之一。因此，实现转型发展要求就必然成为 T 大学“十三五”期间的重要工作任务。地方高校是否转型关键在人才，人才的转型决定学校的转型。教师是高校人才队伍的核心组成部分，是推动高校发展的核心力量。编制管理制度的改革，对 T 大学建立高水平的师资队伍和国际化办学人才的需求提供政策基础，借用编制管理改革之际着力打造一支适合 T 大学发展的人才队伍。

（三）奠定编制改革理论基础

近年来，中国的各级有关部门和高校的管理者们纷纷探索编制改革之路，得出的结论不尽相同，其中，有几点关键的结论就是政府对高校没有充分的放权，束缚了高等教育自身的发展规律，编制管理方式陈旧滞后，无法适应当前高校的发展需求，直至最后实行编制员额备案制的改革提出，为高校的编制改革点亮一盏明灯。编制员额备案制管理模式是人才的使用和管理创新手段，在充分尊重人才的基础上向用人主体放权，但因每个高校的发展不同这一项政策也不能“一刀切”需围绕各个学校的个性来制定政策和设定具体管理模式。

T 大学作为试点单位实行备案制管理，待改革工作相对成熟完善后，选定适合的时机向全市进行大面积推广，为 T 市编制管理的改革提供理论和实践基础，为 T 市编制管理改革工作顺利开展先行探索道路。T 市政府此项政策的推行正好为 T 大学向应用型高校转型发展提供高层次人才建设方面更大的自主空间，为高层次人的引进、培养、实用用提供了政策依据。

（四）探索构建编制管理 T 市新模式

2017 年 1 月，T 市印发关于编制改革的文件，明确提出 T 大学作为试点单位实行备案制管理，

待改革工作相对成熟完善后，选定适合的时机向全市进行大面积推广。T市位于湘、黔、渝三省交界处，素有“鸡鸣三省”说法，发展相对滞后，信息交通相对较闭塞，人才缺口大，对人才需求高，为了能促进地方经济社会的发展，制定很多优惠政策，但是效果不是很理想。究其原因，与人才的实用制度有很大关系，所以T市政府力求能探索一条人才的“绿色通道”破除人才流动障碍，疏通人才流动渠道，达到人才输入输出灵活，用人单位充分实现人才使用自主。

二、研究范围、目的、主要内容和创新性

（一）研究范围

高校的传统编制管理模式中存在的问题，T大学编制管理的现状，导致T大学编制管理问题的原因。

（二）研究目的

中国高校的编制管理落后的现状有待于进一步改进，并逐步开始探索推行人事管理制度的改革，高校管理去行政化，高校编制管理制度首当其冲成为整个高校人事改革重点和难点，实施编制员额备案制管理的主要目标就是政府下放管理权限，高校实现管理自主，人才的引进、管理、培养、使用的自主性变得更灵活、更宽泛。从根源上解决了某些特殊性人才在引进，管理和培养以及使用上自主，对各岗位实行同工、同酬，无论身份的高低，只要在此岗位上正常履行工作职责，均能享受岗位带来的福利与待遇。从原来的根据身份管理转变为工具岗位特性管理，将学校师资建设方向与岗位匹配，为了适应其岗位的需求发展，引导教师会从原有传统的观念当中走出来，深入到岗位之中去，充分发挥专业特长，加速师资队伍转型发展。

（三）研究主要内容

T大学编制管理现状，对存在问题进行了深入分析，并以T大学编制管理进行研究，对加地方高校编制管理现状提出了建议与对策。现将本研究报告总结如下：

第一、中国地方高校编制管理中普遍存在问题；

第二、具体T大学编制管理中存在的问题；

第三、造成T大学在编制管理过程中存问题的主要原因；

第四、加强高校人事管理方面政策和理论研究，促进编制管理的精细化管理，打破高校编制的羁绊，让高校发挥高等教育的特性，积极探索高校可持续发展的规律，创新管理手段，建立健全管理制度打破束缚各项政策的羁绊，为T大学的加速转型发展松绑，促使政府转变职能，做到简政放权，拓宽T大学道路，扩大办学自主权限。

(四) 研究方法

本文采用了文献分析法、观察研究法、问卷调查法、访谈法；

1. 文献分析法

文献分析法我主要采取的方式是：一是搜集相关文献数据、文件、论文；二是鉴别与编制管理、人事管理、编制改革的资料；三是将收集鉴别的文献通过对结构层次进行梳理，提取文献当中的重要信息来研判，得到科学合理的事实依据，政策理论基础，形成一套认知的方法。

2. 观察研究法

观察法是指通过完全自然情况下，实施有计划、有目的地观察客观对象，来收集和分析事物感性资料的一种方法。

观察研究法是在获取原始数据后最常用的研究方法当中一种。通过对 T 大学编制管理的现状中的现象、数据实行观察与分析，全面掌控整个编制管理的运行情况发现不足，为员额备案制改革的推行提供详实数据支撑。

3. 问卷调查法

通过对问卷当中问题的设计，迅速直接的提供真实且详尽的数据，是新方案在实施过程中经常使用的一种研究形式。通过对 T 大学教师员工进行无记名的抽样问卷调查，然后 SPSS 软件对抽样调查问卷进行整理和分析，便于及时的调整 T 大学编制备案制管理改革实施进程中的方案，寻找出改革中不足和存在的问题，并加以分析改进。

4. 访谈法

访谈是定性方法中最主要的数据收集技术。为获取更为全面真实的信息资源，走访相关人员，不同级别、不同岗位、不同年龄、不同性别、不同学历的教职工，就本论文中所涉及的问题进行深入的探讨和访问，由于访谈法与其他调查方法相比，访谈者可以临时采取灵活多变的主导权，及时的调整问题导向，提高接收到的信息的质量，为研究夯实了理论基础。

在文献运用研究上，以 T 大学为研究样本，探索研究 T 大学在编制管理中的现状中所存在的问题。就存在问题，借鉴相关研究理论知识，为 T 大学探索构建出关于编制管理员额备案制的理论基础和实践经验。

(五) 研究创新性

近年来，主要研究高校编制管理的文献和论文很多，但大多数是在现有编制内就管理的政策，

管理现状，存在问题进行改良，研究具体细化到某一所高校少或说高具体研究地方应用转型发展的高校并不多。本研究报告的创新点在于针研究对象是转型发展中的地方高校，还以 T 大学为研究样本，并针对 T 大学为研究样本提出了编制管理改革的建议以及对策。

1. 调查对象

笔者借助“问卷星”调查问卷平台设计制作问卷，通过微信、QQ 群向全校教职工推送，问卷采取匿名调查形式，被调查者可以在微信、QQ 群中参与调查，承诺对涉及到的个人隐私信息绝对保密。本次调查共有 328 参与，有效问卷共 328 份。

2. 问卷调查数据

T 大学参与此次调查教职工共计 328 人，现将从年龄结构比例、性别比例、专业技术任职资格比例、行政职务比例、学历（学位）比例、部门性质类别比例、工作岗位类别比例分别作出分析：

从年龄上分类：20-30 岁年龄的有 51 人，占参与总人数的 15.55%；31-40 岁年龄的有 149 人，占参与总人数的 45.43%；41-50 岁年龄的有 87 人，占参与总人数的 15.55%；51-60 岁年龄的有 41 人，占参与总人数的 15.55%。

从性别上分类：男性教职工有 164 人，占参与总人数的 50%；女性教职工 164 人，占参与总人数的 50%。

从专业技术任职资格上分类：无专业技术职称的有 28 人，占参与总人数的 8.54%；初级业技术职称的有 30 人，占参与总人数的 9.15%；中级业技术职称的有 91 人，占参与总人数的 27.74%；副高级业技术职称的有 143 人，占参与总人数的 43.6%；正高级专业技术职称的有 36 人，占参与总人数的 10.98%。

从行政职务上分类：无行政职务的有 187 人，占参与总人数的 57.01%；科员的有 30 人，占参与总人数的 9.15%；科级干部的有 77 人，占参与总人数的 23.48%；处级干部的有 33 人，占参与总人数的 10.06%；厅级干部的有 1 人，占参与总人数的 0.3%。

从学历（学位）上分类：本科学历的有 133 人，占参与总人数的 40.55%；硕士研究生(含在读)学历的有 116 人，占参与总人数的 35.37%；博士研究生(含在读)学历的有 68 人，占参与总人数的 20.73%；其他学历的有 11 人，占参与总人数的 3.35%。

从部门性质类别上分类：党群部门的有 25 人，占参与总人数的 7.62%；行政部门的有 53 人，占参与总人数的 16.16%；教辅部门的有 26 人，占参与总人数的 7.93%；二级学院的有 224 人，占参与总人数的 68.29%。

从工作岗位类别上分类：工勤人员有 12 人，占参与总人数的 3.66%；专职行政人员有 40 人，占参与总人数的 12.2%；专职授课教师有 168 人，占参与总人数的 51.22%；行政兼课有 108 人，占参与总人数的 32.93%。

3. 改革调研访谈

访谈主要围绕当前 T 大学人事制度改革体制、机制等重点、难点问题，旨在调查了解就编制管理中人员配备、工作效能、分类管理、人员聘任、考评机制、福利津贴分配、改革重点、改革方向等人事管理改革问题的看法和认识以及建议。此次选择访谈的对象分别来至不同的岗位，不同学历，不同阶层；其中，博士学历 3 人，硕士学历 3 人，本科学历 3 人，管理岗位 3 人，专业技术一线教职工 3 人，工勤技能岗位 3 人，共计 18 人；从当中分别抽取老、中、青三个年龄结构。

4. T 大学编制管理基本情况

根据与访谈对象的访谈数据来分析，教职工对 T 大学当前推行的岗位管理编制制度认可并不高。大部分调查对象不是很赞成目前的管理制度，认为存在很多缺陷，导致部分教职工觉得理想和实际工作具有很大差距，落差感存在，不是很愿意全心全意的投入工作。综上所述，的确有一些问题的存在，为了加快转型发展的步伐，T 大学有必要对人事管理制度的编制管理进行变革。

三、与本论文有关的中国研究综述

（一）中国研究综述

1. 高校有关人事制度基本概念

关于编制的概念，实际上是指在完成某一项工作任务时需要设置的机构及其完成这项工作任务人员数量最低配额指标，编制的管理是实现人力资源最优配置标准，所有的标准由政府部门监控，政府财政负责根据编制数额拨付经费。

2. 高校员额备案编制基本概念

为了推动高等教育事业的改革，促进各类人才合理的流通，政府有关部门正在制定推行高校去行政化和去编制化的改革，编制实行备案制就是改革的重要手段其中之一。编制备案制就是用人单位在编制的申请和使用过程中，不再需要政府主管部门进行审批的一种编制管理新模式，打破传统编制集中管理，强化分级管理、动态管理。高校在人才引进上掌握主动权，可以依据自身发展实际需要自主组建机构和确立编制数量，高校内部机构的组建、变更、撤销和人员编制的产生，只需要事后向政府有关部门报备即可，是政府职能转变与职权下放的一种体现，也是管理体制改革的创新，更是建立从“身份管理”到“岗位管理”逐步走向“去编制”的重要步伐。

3. 编制员额备案制实施建议文献综述

国务院（2011）在《国务院办公厅关于印发分类推进事业单位改革配套文件的通知》（国办发〔2011〕37号）中明确提出，分类推进事业单位改革主要内容是改革机构编制管理办法，创新机构编制管理方式。重点对公益二类事业单位，建立并规范备案程序和完善相关编制标准的前提下，逐步实行机构编制备案制。可先在中央部门所属高等院校、公立医院进行备案制试点，并逐步扩大试点范围。加快了相关事业单位人员编制标准的制定，此文件的颁布明确了核定编制数额、编制结构以及领导职数的主要依据和指标体系。

凌利峰（2016）在《落实高校用人自主权存在的问题及对策——以江苏南通大学为例》一文中提出，中国高校编制管理政策和编制数量的核算基本上是 80 年代后期 90 年代的初期核定。至 21 世纪以来，中国高等教育的发展无论办学的规模，还是办学层次与水平都发生了本质性的变化，由于编制未能及时的动态调整，已有管理标准与核定数量均无法适应高等教育发展的需要，为了充分的释放高校活力，开创高校编制的管理和使用的新方式，理应下放高校用人、管人的自主权，实行编制备案制管理。备案制编制管理的实施，高校能在用人过程中享有灵活、高效的自主选择模式，既有利于解决能进难出问题，也能实现用人、管人模式的创新，是实现高校管理中“身份管理”转向“岗位管理”有效的措施。T 市印发关于编制改革的文件，明确提出 T 大学作为试点单位实行备案制管理，待改革工作相对成熟完善后，选定适合的时机向全市进行大面积推广。T 大学探索机构编制由审批制转为备案制，人员编制核定、使用、日常管理和人员管理方面全面推行备案制，在机构设置和职数配置方面部分推行备案制。

刘安庆（2017）在《高校、公立医院开展人员控制总量备案制管理的问题和对策研究》一文中提出，高校如果推行编制员额备案制管理，通过稳住已有编制总数，来增加激活新增数量的方式双轨制改革，最终会从双轨制状态走向单轨制。备案制管理人员在政府财政供养的范畴，实现控制人员的总量，其中包含在编人员和自主聘用人员，编办对总量内自主聘用的人员仍然办理认证，财政部门依据人员控制的总量核拨经费。

四、总结内容

（一）T 大学编制管理体系存在问题

1. T 大学编制管理体系缺乏前瞻性

T 大学当前执行编制管理政策依据基本上是上世纪九十年颁布的，修修补补已有十余年之久，学校 2006 年从原来高等师范专科学校变成了综合性本科院校，招生人数规模逐年的扩大，师资队伍的建设壮大，人才的需求种类不断变化，学校的职能和边界也悄然发生变化。十余年来，随着国情的不同，政治体制和经济体制的变化，T 市政府职能部门和学校的管理者们一直在努力的探索一条适合 T 大学编制管理体制，虽初见一些成效，但未能从根本上很好的解决编制存在的问题。

2. T 大学编制管理体系缺乏科学性

自 T 大学 2006 年生升本以来，从原来的师范性质的专科向高水平应用型地方本科院校转型，如今一所综合型大学。升本后因发展的需要，职能的转变，服务范围的拓宽，各方面的人才在这十余年内陡增，即将突破 T 市政府核定的总编制数量。如果按照发展的规划需要对人才的需求，2018 年的人员总数已突破 T 市政府核定编制总量，加上每一个编制的使用均要通过层层审批，人员的流动只有靠自然减员，如调出、辞职、解聘、退休、死亡等方式，这当中还有个关键问题是，如果调出人员是 T 市管辖区范围内，此编制还不能算是 T 大学的空编，因为该调出人员的编制还是属于 T 市政府财政拨付经费以内。因此，用人自主权丧失，T 大学的发展必须在有限的空间里面作无限的发挥，严重制约的 T 大学的转型发展。

3. T 大学机构编制管理体系缺乏合理性

当前，T 大学的编制管理体系中未能真正的执行“三定”，所谓“三定”即是“定职责、定机构、定编制”没有指定明确指导性的“三定方案”，缺乏理论调研，在编制管理过程中没有实施科学的调查研究，拿不出合理的数据来论证，所以随意的设置岗位的现象时有发生。

4. T 大学编制管理体系缺乏精细化

目前，T 大学编制总数是按照《T 大学机构及人员编制管理办法》的规定，按照总数（M） $M = \text{折合标准全日制在校学生数} / 15$ ，各二级教学机构教学人员编制（Mn） $Mn = \text{各二级教学机构折合标准全日制在校学生数} / K1 + Mb$ （K1 为各专业本专科生的生师比，Mb 为本专科公共课教学编制）的方式来核定编制数，然而，高校编制总量需求是由教学工作的总量和教师工作的总量标准来确定的推导而来。有的专业设置，专业培养方案，各专业学生总量以及教学班级人数等因素决定了教学工作的总量，教师工作的总量标准是学校根据自身实际情况再依据教育部对高校的有关规定自行确定。而各二级学院也因教学任务得不尽相同，具体的生师比与生员比也不相同。统一将生师比具体量化，本身就不具科学性，那么由此推算出来教师的需求总量也更不具有科学性，不适宜当前 T 大学的实际情况。

5. T 大学编制管理体系缺乏人性化

T 大学编制管理主要职能手段是调控人员的增减和经费的划拨，不注重深入调研，编制的增减决定草率，造成有的岗位严重缺人，有些岗位人员臃肿等现象，机构编制职数设置有“一刀切”现象存在，导致有的部门“人浮于事”，有的部门严重缺人的矛盾现象存在。工作的计划安排上缺乏人性化考量，未通过分类方式来灵活调整各岗位之间的经济收入、工作适度、效能感、工作效率的工作比重，未能及时调整不同岗位之间的工作职责、职能，灵活配备人手，深入考量岗位的发展前

景，为这些特殊岗位晋升发展提供具有该岗位特性的通道。

(二) T 大学编制管理体系存在问题原因分析

1. 当地政府编制管理的原因

(1) 过分强调经济职能，将编制与财政拨付捆绑，无法形成激励机制

当地政府拨付给高校的经费重要参考依据是编制人员，按编制人员实际数量拨款，超编人员不能作为财政拨付人员参考依据。然而，高校为了能可持续的发展，一般不会对现有的编制用完，而所谓正常理性的做法则又变成阻碍获得政府经费拨付的不绊脚石，仿佛又是悖论。采用这样的拨款依据从外表上看是即合理又公平，不同水平、不同层次、不同种类的高校均按照一样的标准核拨经费，事实上暗含极大不公平性，这完全是平均主义、大锅饭模式，不符合社会主义市场经济体制，完全是传统计划经济时代的做法和思维方式，无论办学层次高低，无论社会效益怎样，具备编制内人员了就预示着可以拿到政府的钱。

(2) 编制核算标准的滞后，严重的制约高校发展

如果说将编制与财政拨付捆绑，无法形成激励机制，造成分配上的“大锅饭”那么编制在核算标准的滞后问题，则已影响到人力资源投入的效益，其造成的危害性相较前者来说已深入骨髓，实际上的确如此。至 1999 年以来由中央编办、教育部、财政部、人社部共同颁布的《普通高等学校编制管理规程（草案）》2000 年中组部、人社部、教育部共同颁布《高校编制深改》还是 2004 年教育部印发《普通高等学校基本办学条件指标（试行）》与 2007 年教育部、人社部印发《关于高等学校岗位设置管理的指导意见》，从此以后政府就没有颁布过新的指导性标准，更别说适合 T 市地方特色发展的指导性文件了。所以，从编制的政策指导性文件来看，存在诸多的滞后性和不足之处。不与时俱进的编制管理方式，属于典型违背编制管理自身的规律，编制应有的管理职能、权威性几乎完全丧失。

(3) 管控方式单一，管控效益有待提高

目前政府编制主管部门对于编制的管理仅仅局限于经费的拨付、控制人员进出两个方面作用。从而编制即可以控制教育教学的质量，也是政府对高校的宏观管控，最重要的目的就是保证高校的教育教学质量稳步上升，这才是政府合理地运用编制杠杆来控制最低人力资源的投入，当前编制标准是放任自流的模式，无法实现这一管理的任务。

(4) 政府主管部门过于干预, 削减编制权威性

政府主管部门对编制管理政出多门的现象一直存在, 这一现象严重影响了高校编制管理的工作, 直接间接削弱着编制管理权威性。管理过程中政府各部门层面上, 都存在类似的现象。

2. T 大学编制自身管理的原因

(1) 人才使用观念保守, 人才选择方式陈旧

T 大学成立至今, 在招聘、引进的人员全部属于事业编制管理人员, 也就是生活中常说的体制内人员, 工资福利发放由政府承担, 学校被动地按编制上报计划招聘引进计划, 并开展招聘引进工作, 最后按计划接收即可, 社会主义市场经济体制下, 办学自主权从法律上早已确定, 从理论上说用人方面学校享有充分自主权, 但实际上的用人方式却是很保守, 重点是沿用事业编制身份人才引进, 学校选择自主人才的空间狭窄, 人才优化配置受限。

(2) 人事管理干部在编制管理上专业程度不够, 责任意识不强, 管理业务不精, 缺乏整体规划

T 大学人事管理干部队伍中, 几乎不是人力资源专业出身, 均无系统的人力资源管理专业知识, 无扎实的理论水平, 同时, 缺乏对人力资源和编制管理知识的培训学习, 导致无法形成科学合理指导意见, 工作开展靠经验积累, 编制主管部门也未组织过相关的干部培训学习, 无机会弥补理论功底不扎实的短板; 由于, 从事人事管理工作的干部因实际工作繁琐、工作量大, 日常工作中容易忽略理论的学习和管理上的创新。也就只能按部就班完成日常的工作, 理论知识缺乏和日常学习的不够, 直接导致人事管理干部站位不够高, 缺乏整体的谋划能力与眼光, 后果就是编制管理的业务不精湛, 学校管理水平薄弱。

五、研究结果

(一) T 大学人员编制员额备案制管理的建议

1. 厚积高校编制理论功底, 开创编制管理 T 市的模式

根据目前状况, 编制管理体制已到非改不可阶段, 要变被动为主动, 注重实际, 注重理论政策性研究, 注重政策的技术性, 尤其注重政策的前瞻性, 重新探索一条新的具有 T 市特点的编制管理模式, 力争能为 T 大学的转型发提供可持续的人力资源, 研究探索出既实用又具有前瞻性眼光的可操作政策性意见, 为新形势下 T 市的机构编制管理管理的提供坚实、科学、合理的理论依据和政策依据。

2. 建立新的编制管理标准和规程

编制管理应该个性化分类的指导，不但要能在解决高校总编制的同时解决人员的分类，又要能很好核算不同人员，不同岗位分类占比。有了 T 大学特有的指导理论依据，既可以激发 T 大学与其他高校之间的竞争发展，又可以防止追求教育的效益，导致生师比过高的现象，压力过大降低教职工的幸福感，影响办学的质量；还可以防止人员不合理的迅速膨胀，导致生师比过低的现象，直接造成“人浮于事”，影响办学的效益。

六、 建议

(一) 革除旧观念，探索推行编制员额备案制新模式

1. 推动政府主管部门的简政放权、拓宽高校自主管理权限的边界

T 大学在 T 市开展编制管理备案制试点，盘活编制管理，为促进单位上水平，出特色的发展夯实管理基础。在当前社会主义市场经济体制的背景下，单位不断涌现的新情况和新问题，人才流动的自由，日趋紧张的人力资源配置等，对管理民主、制度宽松、流动灵活的环境和体制空前的需求。实行编制备案制管理，是适应当前社会主义市场经济体制的有效措施和必然要求。中国政府的职能转变步伐随着党的十八大召开以来日益加快，改革的思路也逐渐清晰化、明朗化、科学化、合理化，高校对机构编制的管理权限从被动管理转为主动期盼，政府主管部门适当“松绑”对高校人力资源管理的管控，解决与编制相挂钩、相关联的实际问题和永久的利益。

2. 激发教职工的活力，助力高校改革前进步伐

员额备案制的总体思路是，构建从身份的管理逐步划向岗位的管理，设定固定岗位不固定人员、能进来也能出去、能上来也能下去的流动人力资源管理的首要前提，由体制内人逐步变成社会人，人才配置与人力资源配置在市场中得到有利的发挥。具有专业技术特长的人能凭借一技之长找到自己更好的生活方式，教师职业身份再不会带来羁绊。

(二) 探索与分析备案制管理手段，建立健全管理制度

2. 确立编制员额备案制目标，完善管理程序

(1) 实行总量备案制。推行编制员额备案制管理，需要通过稳住已有编制总数，来增加激活新增数量的方式双轨制改革，最终会从双轨制状态走向单轨制。备案职工享受国家财政供养，学校根据实际的工作量，教学量，社会服务，科研任务，未来的规划发展等方面科学合理的测算出人员编制总数，报市编办、市人社局备案后实施；对每年的增加员额的计划和新增加人员管理实行三各方

面的备案, 学校根据核定人员的控制总量, 拟定新增计划人员数量, 报报市编办、市人社局备案, 该总量已两年为一周期进行动态的调整。

(2) 人才自主的聘用。在不超出市编办、市人社局核定的总额内, T 大学有权实行以下四个环节: 一是自主拟定人才引进计划, 二是自主制定人才引进方案, 三是自主决定人才引进考核方式, 四是自主签定人才聘用合同, 待所有手续完成后报市编办、市人社局备案; 对一些特殊人才, 如学科带头人、高层次创新人才、双师型人才以及其他紧缺人才的引进方式也由 T 大学根据实际需求进行考核。

(3) 革新岗位的管理。T 大学根据实际发展需要制定的岗位设置方案, 报政府相关部门备案; 最取得专业技术职称和具有同等成果的教职工, 由学校按照学校的聘用方案实行自主聘用, 控制总量内教职工的调动作为事业在编人员, 按照事业单位人事管理有关规定办理。

(4) 重构薪资社保。实施备案制管理教职工与在原编人员“同工同酬”享受同等的其他各项待遇, 如职称评定、岗位设置、收入分配、管理使用、培训晋升等方面, 参照员在编人员缴纳各种社会保险。

(5) 日常的管理。T 大学在每年年末将本年度备案人员名册和聘用文件梳理汇总, 报机构编制部门核查, 确保实有人员不超员额备案总数。

3. 机构设置备案管理

机构编制部门继续对 T 市高校的宗旨和业务范围、领导职数、内设综合性管理机构实行审批管理。高校的内设教学机构、教学辅助机构、科研机构的设立、调整和撤销, 由高校根据实际需要自主确定, 报机构编制部门备案。

4. 强化管理责任

(1) T 大学校长是员额备案管理的第一责任人, 对员额规模的确定、实有人员规模的控制负第一责任。对于超出员额备案标准核定计划、超出员额备案规模聘用人员的, 由机构编制部门责令整改。对拒不整改的, 机构编制部门按机构编制纪律有关规定向市委提出处理建议。

(2) 机构编制部门要继续履行好 T 大学内设机构、领导职数等机构编制事项的管理职责, 组织、人社、财政、教育、卫生和计生部门要为 T 大学实行机构编制备案制试点积极创造条件, 制定配套措施, 做好该院机构编制备案制试点的衔接工作。组织、人社、机构编制、财政、教育部门要加强试点工作的研究和监管, 对工作中出现的重大情况和问题, 及时向市委、市政府报告。

(3) 要以机构编制备案制管理为契机, 建立和完善高校法人治理结构, 规范政府、部门、法人“三级责任”, 明确高校各利益相关者的权利、义务与责任, 构建公益目标导向明确、内部激励机制完善、外部监管制度健全的规范合理的治理结构和运行机制, 实现决策、执行、监督“三权制衡”, 最终形成高校规范运作、自我发展、自我约束、自我管理的现代事业单位运行新模式。

(三) 推进编制社会化改革措施，制定完善退出配套设施

编制是学校组成的基本要素，去编制之后，遵循社会主义市场的规律，形成倒逼机制，促使管理体制真正发生变化。编制的改革是一个庞大的系统工程，涉及部门多，如组织部、人事处、财务处、教务处、发展规划处、各二级学院；牵涉事务广，如人事调配、工资福利待遇、社会保障体系、职称职务晋升、人才流转等，各部之间需要通力合作，包括与当地政府主管部门沟通协调才能确保改革工作顺利的实施。

制定核算标准是一项既重要而又基础的工作，需要重点考虑的因素有，促进管理的规范化、科学化，是政府调控财政供养人员总数和教育行政成本的一支杠杆。制定核算的标准应当全面考量高校人员配备的关联性要素，得到科学的指标权重和合理的计算方式，力求核算标准的内容既简单一操控，又科学合理实用。推进高校机构编制核算标准的工作，要立足于机构编制管理必须为经济社会的发展服务，高校根据自己承担社会职责情况、教育教学工作量以及现有编制管理使用的情况因素，逐步实现公共服务均等化的要求，结合当地政府财政的实力，科学制定出工作人员的总量，并定期根据实际作调整，若特殊情况需及时的调整，以使高校编制管理中的总量控制管理合理有效，编制的基本职能真正得以实现。

(四) 探索制定临时用编体系

学校由于用工灵活性比较大，经常也会出现临时性用工现象，重新调整编制周期长，牵涉面广，出现远水解不了近渴，所以需制定一套临时用编制度，解决临时突击性工作，临时用编在相对灵活，既能有效地解决临时性人员的保障工，又便于编制退出或核销。临时用编也应该严格的审批，获得临时用编的人员可以在用编期间享受与正式职工同等的工资待遇。待临时性任务完成后，编制自行核销，临时用编人员回归原本岗位。

参考文献

- 黑建敏，《地方本科高校人事分配制度改革研究—以河南省本科院校为个案》[D]. 上海：华东师范大学，2008。
- 李强，《地方事业单位分类改革研究》[D]. 江苏：南京大学，2012。
- 杨勇志，《高校人事编制管理研究》[D]. 湖北：武汉理工大学，2003。
- 么瀚捷，《事业单位编制管理改革研究》[D]. 辽宁：东北大学，2005。
- 翟琳，《地方高校教师资源开发与管理的模式研究》[D]. 天津：天津大学，2008。
- 何二佳，《河北省省属骨干高校编制管理对策研究》[D]. 河北：河北师范大学，2015。
- 涂章桥，《取消事业单位编制对高职院校师资队伍建设的利弊及对策研究》[D]. 江西：江西财经大学，2017。

- 薛惠芳.《浅谈编制改革对事业单位人事管理的影响》[J].中国卫生人才,2016。
- 黄琳.《关于建立高校人员退出机制的思考》[J].遵义师范学院学报,2015,第17卷,第5期。
- 陈永慧.《哈尔滨学院教师人事制度改革存在的问题与对策研究》[D].黑龙江:黑龙江大学,2017。
- 冯凯.《基于效益理念的我国公立高校编制管理研究》[D].北京:北京化工大学,2016。
- 凌利峰.《落实高校用人自主权存在的问题及对策一以江苏南通大学为例》[J].现代教育,2016年,第20期。
- 赵帅.《我国高校人事制度改革研究一以河北大学为例》[D].北京:首都经济贸易大学,2015。
- 傅世平.《以党的十九大精神统领机构编制改革创新》[J].中国机构改革与管理,2018。
- 胡渊.《“去行政化”视域下对高校人事制度和管理制度改革的几点思考》[J].教育教学论坛,2014年,第49期。
- 陈翔.《编制“十三五”规划引领地方高校改革》[J].中国社会科学报,2015年,第004版。
- 刘宇文、周凯兴.《依法落实高校人事自主权的现实困境与改革路径》[J].湖南大学教育科学学报,2011年,第10卷,第5期。
- 肖罗.《取消编制应成为高校治理改革契机》[N].光明日报,2016年4月5日,第002版。
- 严建雯、叶胜超.《事业编制改革背景下高校教师组织归属感探析》[J].宁波大学学报(教育科学版)2018年,第40卷,第3期。
- 李志锋、高慧、高春华.《“编制”之困:高校教师的组织身份属性与身份认同》[J].高教发展评估,2013年,第29卷,第5期。
- 王广德.《地方高校人力资源开发面临的困境与对策》[J].中国高教研究,2010年,第9期。
- 杨玉浩.《高校人事制度改革中管理岗位面临的新问题》[J].高等农业教育,2013年,第11期。
- 王卓君、许庆豫.《高校改革的制约因素与路径选择》[J].教育研究,2013年,第12期(总第407期)。
- 田贤鹏.《取消高校教师事业编制管理的理性之思》[J].教师教育研究,2017年,第29卷,第1期。



	Name and Surname (姓名) : XIANGDONG RAN
	Highest Education (最高学历) : Doctor of Philosophy Business Administration
	University or Agency (任职院校或单位) : Panyapiwat Institute of Management
	Field of Expertise (专业领域) : Major in Business Administration
	Address (地址) : 85/1 Moo2 Chaengwattana, Amphoe, Pak Kret, Nonthaburi 11120, Thailand

Truemove H 移动公司在中国市场的营销策略研究

AN OVERVIEW OF MARKETING STRATEGY OF TRUEMOVE H FOR CHINA MARKET

李小英

NARINDA LEERATTANALERD

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 : racha_dee@hotmail.com

Received: 23 March 2020 / Revised: 30 April 2020 / Accepted: 2 May 2020

摘要

Truemove H 移动运营商，努力开拓泰国和中国市场，为了扩大自己业务。本论文研究的目的是通过对 Truemove H 移动在中国市场进行营销策略。说明 Truemove H 在中国市场的发展，和中国客户的商务来往的情况。Truemove H 移动公司在中国市场的营销策略研究，是一种定性研究（Qualitative research）为更全面了解 Truemove H 电信运营商在中国市场发展的情况与趋势。论文通过文献分析和问卷调查，对 Truemove H 移动公司在中国市场发展情况进行研究。研究的主要内容包括 4 个方面：(1) 泰国电信业务的背景 (2) Truemove H 移动公司在泰国市场进行营销的情况 (3) Truemove H 移动公司在中国市场进行营销的策略 (4) 中国用户对 Truemove H 公司的产品和服务的满意度。通过调查研究得知，目前 Truemove H 通过经销商（Dealer）公司推销 Truemove H 的电话卡是 Truemove H 营销的一个主要方式。中国经销商（Dealer）在中国线下传统渠道如：最受中国客户欢迎的淘宝网站，实体店等，以及与国内外的公司合作，推销多档套餐特指中国客户使用，并且还通过 Weibo（微博）和 Wechat official（微信）推广本公司的服务和产品。

论文通过对 Truemove H 移动公司在中国市场的营销策略研究。目前 Truemove H 移动在中国市场进行营销策略，出现增长强力的迹象，但也有一些服务方面需要提高改进，如提供汉语服务方面还不足够。Truemove H 公司该加强布告栏、短信、网站等信息渠道的汉语服务，提高便捷性而吸引更多顾客，使用本公司的服务和产品。

关键词：Truemove H，营销策略，中国用户，中国客户的满意度

ABSTRACT

Truemove H has worked hard to open up the Thai and Chinese markets in order to expand its business. This report is a study on the marketing strategy of Truemove H in the Chinese market and explore the business relationship with Chinese companies.

A Research on an overview of marketing strategy of Truemove H for China market is a Qualitative data analysis, Data analysis focusing on the marketing activities of the Truemove H in China market. This paper consists of four different parts: (1) The background of the Thai telecommunications industry (2) Truemove H's marketing strategy in Thailand (3) Truemove H's marketing strategy in China and (4) The satisfaction of Chinese customers to the service of Truemove H. Through the investigation and research of Truemove H's services, It appears that Truemove H's go-to market strategy in China involves partnerships with local agents, distributing their products through various channels in China, such as Taobao (淘宝网), the dealer stores and Wechat official (微信). In addition Truemove H also collaborate with various companies, both in Thailand and China to offer suitable promotion for Chinese's customer.

Through this paper study, It can be represent the Truemove H was quite well to extended its products in China market. However through the author was analyze the Truemove H's strategy in China, It is found that the company need to improve some business methods and service for Chinese customer. In terms of Chinese services, The company advertises their products by using Chinese promotional materials, especially focusing on online channels such as websites and provide information regarding usage via SMS Including aftersales service in Chinese, to make the customer satisfaction in Chinese market.

Keyword: Truemove H, Marketing Strategy, Chinese Customer, Chinese customer satisfy

一、泰国移动通信公司的市场经营

泰国电信服务起步较晚，在 1986 年泰国才开始开展移动通信业，由泰国电话组织（TOT 有限公司（大众））和泰国通讯局（CAT 电讯有限公司（公开））两个国有营业机构进行服务。在 1990 年，两个国营机构正式开放了私有运营许可合作制度，即：建设-移交-运营 BT0 (Build-Transfer-Operate) 的管理形式。该模式下，私有商业机构负责融资和建设，完工后将设施所有权移交给政府，随后政府再授予该私有商业机构经营该设施的长期许可。私有商业机构通过向用户收费，收回投资并获得收入共享 (Revenue Shared) 交回给政府，交回比例约为总收入的 20-40 %。当时私人商业机构得到的特许经营范围的第一家公司是 Advanced Info Service 有限公司（简称 AIS），使用 NMT 900 为典型的工作频率，及类比法 (Analog) 900 MHz 频段，后来变为 GSM 900 数码法 (Digital)。在 1991 年增加了第二家公司是 Total Access Communications 有限公

司 (简称 TAC 或 DTAC), 使用 AMPS 系统 900 MHz 频段为典型工作频率, 及类比法 (Analog) Band B, 后来变为 GSM 1800 MHz 频段。开始期间移动通信市场竞争还不太大。而且消费者承受移动通信的服务费也很高, 例如: Advanced Info Service 有限公司 (AIS) 的服务资费包括客户注册费 1,000 泰铢、移动通信号码的月租费一个月 500 泰铢这些费用还没包含语音通讯费, 除此以外还有通话费包括国内之间的后付费套餐每分钟通话费约 3~12 泰铢, 预付费每分钟的通话费约 5.5~12 泰铢。当时, 市场发展缓慢, 市场需求低且人均收入较低的情况下, 绝对属于奢侈消费。因此, 移动通信的普及率只有 3~5.83 % (100 人次算), 收入低以及偏远地区的消费者还没有机会使用移动通信服务。2005 年, 泰国官方开始颁发许可证, 开放电信市场经营业务, 获得许可证的企业可以自由发展移动通信服务, 并且在 2006 年官方的电信改革业务的股本条件下, 允许外国投资能够将股本从 25 % 增加为 49 %。2012 年泰国的 2.1GHz 商用电信频段成功拍卖, 标志着泰国首度进入 3G 时代。泰国的移动通讯业务如火如荼的发展, 推动了泰国电信行业的快速增长。3G, 4G 时代泰国移动市场的竞争将进一步升级。泰国三大运营商 AIS、TRUE、DTAC 都成功获得牌照之后, 开始开展扩大信号与网络覆盖范围。在 2018 移动服务和网络覆盖全国城乡各地使泰国移动通信普及率已达 118 %。

目前, 泰国有五大移动通信提供商 (Mobile Network Provider), 包括三大私营公司 (AIS, TRUE, DTAC) 和两家国有企业 (State Enterprise) 公司 TOT 和 CAT)。Truemove 或 Truemove H 是 True Group 集团旗下的电信服务商品品牌。泰国移动通信与各大媒体均由泰国国家广播和通信委员会 (National Broadcasting and Telecommunication Commission, 简称: NBTC) 部门管理*, 其权力和义务是为了协助国家和消费者进行维权以及频谱分拨。泰国移动运营商提供移动通信服务的业务基本包括后付费和预付费, 两类都要求消费者注册使用 Sim 卡的身份证明 (Identification), 都是为了维护消费者、国家的安全 (Nation Security) 和社会大局持续稳定。

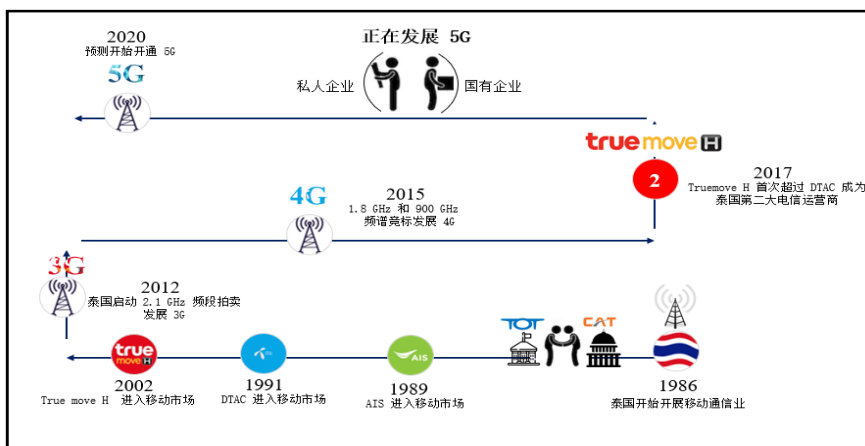


图 1-1 Truemove H 移动通信供应商在泰国市场的发展展示图

*

泰国国家广播和通信委员会 (NBTC) 是泰国电信主管机关以及电信产品和电信网络的主管, 其属于政府部门性质, 具有行政处罚的权力, 在其国家具有相当的权威性。而 NBTC 认证, 也是代表产品合格的一个重要标准。



图 1-2 目前泰国有 5 家电信集团

随着 4G 技术市场已经趋于成熟移动面向 5G 的电信，当前泰国运营商已经准备开始 5G 试验网络，预测在 2020 才能真正推出 5G 网络服务应用。

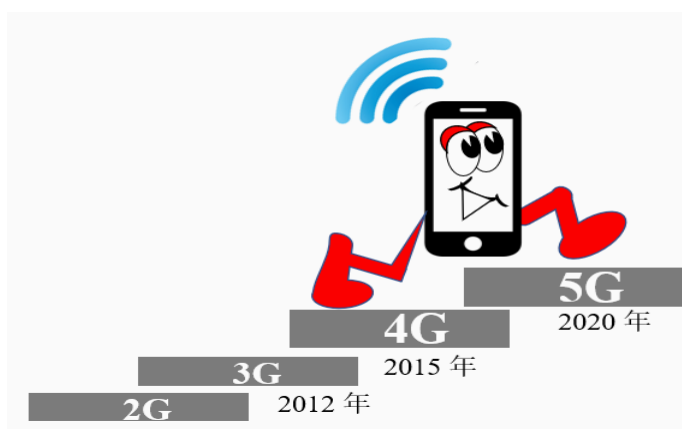


图 1-3 泰国 3G, 4G 移动网络技术发展的过程

泰国三家主要的私人移动运营商，即高级信息服务（AIS）、True 和 Dtac Corporation（TRUE），市场份额分别为 46.00%、30.80 %和 23.20 %。2008-2013 之间，TRUE 在收入市场份额方面一直遥遥领先，主要是因为它是最后一个进入市场的供应商。然而，2014 年 6 月，中国移动同意购买 18%的 TRUE 股份。凭借强大的财务支持，TRUE 开始瞄准 33%的市场份额。

二、Truemove H 移动公司的背景和发展的趋势

1. Truemove H 公司的背景

True Group 于 1990 年 11 月 13 号成立，首次注册公司的名称为 Telecom Asia Corporation（简称 TA）作为固定电话服务商。后来 True 或 True Group 扩展电信业务到宽带、移动通信、有线电视以及端到端的电信技术。True Group 是正大（CP）旗下的一家公司，正大集团（Charoen

Pokphand Group 简称: CP) 的业务范围大家非常熟悉的有便利店 7-ELEVEN, 此外包括农产品、粮食、超市 (Makro, Lotusetc.)、地产、金融、电子商务、物流、汽车涉及到电信行业是 True Corporation 公司电信服务商 (Service Provider)等方面。由正大集团 (CP) 控股约 50.65 %、2018 年 3 月中国移动通信持有 18 % 的股份成为第二大股东。

Truemove H 公司进入移动市场初期, 其由正大集团 (CP Group) 与法国大型电信运营商 (France Telecom) 联合开发移动通信行业, 将法国电信子公司 Orange SA 运营商的 Orange 移动品牌在泰国进行业务《Orange 于 1994 年在英国国家成立, 可是在 2000 被法国 France Telecom 大型电信运营商收购作为 France Telecom 的品牌》。在 2002 年正式宣布在泰国作为移动服务商, 品牌称为 TA Orange, 推出的业务范围有后付费和预付费两种类型。两年后由于法国电信运营商 (France Telecom) Orange SA 的母公司, 在欧洲区域超标频谱遇到不利的影响, 导致财务流动性出现问题。在 2004 年法国电信运营商 (France Telecom) 决定退出泰国移动市场。法国电信运营商 (France Telecom) 退出之后, True Group 决定更改公司名称从 Telecom Asia Corporation 为 True Corporation Public Company Limited (简称: True 或 True Group)而且将 TA Orange 改名为 Truemove, 同时取消了租赁 Orange 品牌名称的资费。后来由于 Truemove H 运营商的频谱许可证很快到期结束, 并且泰国广播及电信局委员会 (NBTC) 频谱竞标方案也没有任何进展。因此, True Group 必需寻找另外的方法保持维持其业务, 其结果为在 2011 年决定收购 Hutchison Group (简称: Hutch) 电信运营商, 然后将 Hutch 电信运营商的 850 MHz 频谱许可证发展 3G HSPA 技术, 用新命名的公司名称品牌为 Truemove H 来推广 3G (下文简称: Truemove H)。

目前(2019 年)True 或 True Group 的业务范围包括宽带 (True online)、移动通信 (Truemove 或 Truemove H) 和有线电视 (TrueVisions) 行业, 以及端到端的电信服务商。Truemove 或 Truemove H 在泰国移动市场排名第二, 市场份额约为 30% 其拥有约 2,920 万用户, 但预付费用户约为 2,160 万用户, 剩余 760 万用户是后付费。(สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, [online], 2562)

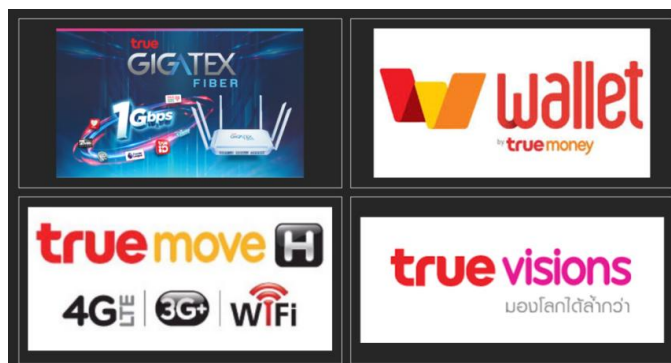


图 2-1 True Group 的业务

2. Truemove H 在市场营销的情况和主要策略

Truemove H 是三大私营电信集团当中进入移动市场最晚的，自 2002 年正式宣布作为移动服务商之后。其使用各种各样方法来抢占移动市场份额的存量用户，给泰国移动市场带来了巨大的变化。通过价格策略抢占市场份额：初期 Truemove H（原称：TA Orange）刚创设移动市场时，为了获取用户量其推出各种倡议与便宜的套餐来打破市场。

2.1 电信全融合套餐（Convergence）策略

Truemove H 以融合套餐（Convergence）理念的策略为主进行营销。在 2005 年 Truemove H 开始以 True LifeStyle Convergence 理念，推广 “Truemove H” 业务品牌。在泰国三大私人运营商当中 Truemove H 是最早使用这个策略推出多档套餐的，以便顾客有更多的选择，更能满足用户的各种使用需求。以融合套餐（Convergence）策略取得很大的成功，给 Truemove H 占泰国移动市场的份额快速提升。

2.2 销售策略

销售策略包含 2 个方法，一是主动营销（Initiative Marketing），即有销售人员上门推销或直接与客户打电话销售本公司的产品。二是被动营销（Passivemarketing），即提供客服热线，解答客户的来电咨询或客户到公司的实体店（Trueshop）时提供服务，以及提供网站和客户申请服务（Application），方便顾客购买公司的产品。

2.3 忠诚营销（loyalty）的策略

忠诚营销(loyalty)也是 Truemove H 移动的重要营销战略内容之一。Truemove H 在 2004 年开始发展忠诚顾客的策划，推出 All together Bonus 优惠活动方案是积分体系活动，每月用户付费后累计积分奖励（Bonus）。后来推出“用户特权” Privilege True you（True black card 和 Red card）用户可以通过积分（Point）兑换产品或服务。



图 2-2 True Group 的用户特权

泰国有三大电信集团，由于 True 是三大私营电信公司最后进场，一直以来泰国 AIS 移动排名第一，Dtac 排名第二，而 True 或 Truemove H 在 2002 年刚进入移动通信市场时，排名第三名。因此，其在移动技术市场增量用户的努力不能放松，Truemove H 使用各种各样方法而策略来抢占移动

市场份额的存量用户，推出各种倡议与便宜的套餐来打破市场。Truemove H 通过所有的努力，而这几年来由于泰国国家广播和通信委员会（NTBC）进行频段专营权招标之后，True Group 成功获得电信牌照的招标，业务飞跃发展。在 2017 年（3G 时代）超过 Dtac 成为泰国第二大私人电信运营商。

3. Truemove H 在中国市场发展的情况与策略

泰国是中国游客喜爱的出境游目的地之一，根据泰国旅游和体育部报告显示，在 2018 入境泰的中国游客全年达到 1,000 万人次，占各国来泰游客约 30%。在泰国如何打电话、上网是中国游客普遍关心的问题，为使中国游客在泰国期间通信便利，泰国三大电信运营商在泰国国际机场如：曼谷素万那普机场、廊曼机场、清迈国际机场等设立了专柜，增设了中文标识，方便中国游客按提示购买手机卡。

中国游客大量来泰旅游的形势下，泰国三大私人电信运营商开始对中国旅游市场展开了激烈的竞争，用各种手机优惠吸引前来泰国旅游的大批中国游客。Truemove H 在竞争中处于比较优势的地位，公共 Wifi 覆盖泰国全境各大机场、商场、连锁餐厅、公共娱乐设施等，速率几乎跟移动 4G 一致，网速快，全年免费，有卡就能用，此外 Truemove H 的手机套餐卡上有英文和中文，方便中国游客使用。

3.1 Truemove H 对中国用户进行营销的情况

2004 年 Truemove H 开始对游客营销推出 Welcome SIM 卡，让游客享受免费拨打旅游热线电话询问旅游知识，免费拨打泰国旅游警察电话报警。

由于这些年来泰国的旅游业继续呈高增长，游客数量持续提升尤其是中国游客，自 2014 年中国游客持续加大数量入境泰国旅游成为来泰国游客首次最高数量的时候，Truemove H 也开始通过中国经销商在微信网站推广促销本运营商的 Sim 卡和套餐，推广给用户知道购买的渠道和网络服务覆盖范围以及为游客提供泰国的旅游景点和饮食地点。此外，在微信软件建设微信公众号（Wechat official account）推广促销 Truemove H 的 Sim 卡，提供本运营商的业务知识、价格、网络套餐以及建设的 True Thailand Tourist App 有两种语言是英语和汉语，为了顾客更了解它的业务、套餐、连入 Wifi 方法、热线电话、营业厅地点以及旅游和饮食方面。

对于中国用户的营销 Truemove H 将预付费的 Sim 卡为主进行促销，如 8 天使用长时的套餐或免费使用微信（Wechat）、QQ 等套餐。但如果驻泰的中国用户，一般与国内的用户同样的套餐使用。

3.1.1 对中国游客提供的优惠

在 2016 年 Truemove H 携手泰国汇商银行（SCB）推销 Truemove H Sim 卡特权，本运营商的用户在素万那普、廊曼和普吉国际机场通过泰国汇商银行（SCB）外币兑换免费获得零钱包；Truemove H 与皇权免税（KING POWER）合作举行营销活动推出 Truemove H 的游客卡用户特权。用户

拨打 *878*6010# 的 USSD 信息获取皇权免税 (KING POWER) 优惠券抽奖机会, 获取高达 1,000 泰铢优惠券, 能在皇权免税 (KING POWER) 店购买产品。这些活动为了顾客更多认知本运营商的品牌。

在 2017 年联合泰国购物中心 (Central Group) 推出购物优惠活动, Truemove H 的游客卡用户在泰国 Central Plaza, Central Festival 以及 Central World 指定分店消费满 2,000 泰铢免费送 Harnn 礼盒一套 (得价值 670 泰铢); 在圣诞节和元旦节提供 Truemove H 游客卡特权, 给用户升级移动流量从 2.5GB 为 3 GB。

2018 年 Truemove H 参加欢庆春节推出活动, 提供使用 Truemove H 游客卡的用户升级移动流量从 3 GB 为 6 GB (100 泰铢) Truemove H 与中国腾讯 (Tencent) 是中国最普及的微信 (WeChat) 媒体应用的服务商合作推出预付费的 “TrueMove H WeChat Go SIM” SIM 卡 (Thitirath Kinaret, [online], 2019), 为了中国游客到泰国旅游之后能无限流量上微信 (WeChat) 沟通, 包括免费拨打泰国国内、中国、香港和台湾这些地区 20 分钟以及可以通过 Truemove H 4G 网络享受上中国娱乐频道的 Lingcod TV 的便利条件。此外, 还推出 TrueMove H & Grab 客户特权, 可获得 3 次 100 泰铢打车优惠。对于许多客户来说, 在国外旅游时, 最担心的一个方面就是不认识路, 游行计费是旅行者遇到的最常见的问题。但使用 Grab, 坐车之前顾客就知道乘车的资费。

3.1.2 提供中文服务

以前 True 提供两种服务语言: 泰语和英语如客服人员、网站、短信等。后来增加了一些其他语言, 如: 日本、汉语、缅甸语等。其提供 24 小时客户服务热线和客户网站服务。顾客可以通它的服务热线电话对本运营商的产品如移动网络、宽带网络和有线电视服务质量的提升进行反馈或提出意见、建议, 询问业务知识、网络和计费等问题。除此之外, 顾客可以通过即时通讯客服渠道与客服人员在线聊天或到本运营商遍布全国各地的营业厅进行询问以方便顾客沟通。



图 2-3 Truemove H 提供的语言

3.2 Truemove H 在中国市场发展的策略

3.2.1 Truemove H 移动公司与中国移动合作的策略

在 2014 年 True Group 首次与中国移动国际 (CMI) 合作。中国移动宣布, 旗下全资附属公司 “中国移动国际控股有限公司” (下文简称 CMI) 与泰国电信运营商 True corporation PCL

(下文简称 True) 签订了股份认购协议, 将以 6.45 泰铢/股的价格认购 True 非公开发行的股份, 总交易价格约为 285.7 亿泰铢, 约合 55 亿人民币。同时, True 也将向其控股股东及其他公众股东, 以同等价格配股融资约 364.3 亿泰铢, 折合 70.1 亿人民币。交易完成后, 中国移动国际控股持有 True Corp 扩大后股本的 18%, 成为其第二大股东, 仅次于正大集团 (CP Group) (บริษัท คอร์ปอเรชั่น จำกัด, [online], 2014)。True 与中国公司的商业合作, 发展中国市场, 与中国客户洽谈生意, 向中国游客提供电话卡等都会用到中文。在 2015 年 Truemove H 移动和中国移动 (China Mobile) 合作推出中泰 SIM 卡 (Thailand Greater China Number Service)。一张 SIM 卡有两个号码分别是泰国 Truemove H 移动号码和中国移动号码, 以方便赴中国或香港的泰国游客, 或长期驻中国、香港人士不用开漫游仍可以用中国移动号码按本地价格接打通话。

在 2016 年 True Group 与中国移动国际 (CMI) 不断深化合作, 设立 “hi-H Program” 计划。该计划是 CMI 于 2015 年发起, 是为了使会员之间开发手机技术调研, 分享移动工程设备、培养技术专家以及促进网络建设扩大移动覆盖范围。以此来加强创新技术的发展更增加未来业务机会, 分享信息加强移动数字的质量而拓展国际漫游合作和促进物联网的发展等方面, 有利于电信生态系统更良好的发展。



图 3-1 Truemove H 与中国移动国际 (CMI) 合作

在 2019 年 Truemove H 和中国移动推出 CMLinkTrueMove H Sim 卡。这种 Sim 卡针对在泰华人华侨, 特色包括: 用户可通过 CMLink 会员网站登记成为会员, 以获得这一权益关联家乡, 登记后可免费把发送至中国移动国内号码的短信转接至 CMLink 泰国号码上; 在泰国免费拨打中国移动国内号码 1000 分钟; 具备多种短期、长期套餐, 不限流量, 达量减速; 免流量上微信、微博、QQ; 支持多种支付方式, 包括微信支付、支付宝、银联等。(ผู้จัดการออนไลน์, [online], 2019)

中国移动国际控股有限公司 (China Mobile International Holdings Limited, 简称 CMI) 是中国移动有限公司 (China Mobile Limited) 旗下的一家公司。于 2010 年 12 月在香港特别行政区成立, 其拥有约 90,000 万用户量 (2019 数据), 在中国移动市场排名第一。该合作 True Group 与 CMI 双方的电信运营商共同携手促进发展以下 5 个方面:

1. 强化 True 或 True Group 运营商的资金实力，在此合作有助于缩减了本运营商的债务，构建竞争能力。
2. 加快创新面向未来的科技演变，一直以来 True 或 True Group 注重创新技术，该协议有助于促进本运营商的移动技术、数字业务升级，以 CMI 发展 4G 和 5G 的经验来支持发展 Truemove H 网络质量和覆盖范围，加速 4G 和 5G 部署的步伐。
3. 提供优惠的移动终端设备来扩大移动网络覆盖，协助 Truemove H 发展自身手机品牌 (Housebrand) 如 True Smart 4G、True Smart 4G、True Beyond、True Smart Series、True Super。
4. 给中国移动 (CMI) 带来跨国发展的机遇，众所周知 CMI 是指跨国提供给跨国用户的端到端的服务，泰国是中国移动国际在东南亚提供此项服务的首个国家；同时 True 或 True Group 也是一家领先电信运营商，拥有不少用户量、销售渠道广泛、品牌知名度很高，与 True Group 合作也是中国移动 (CMI) 开拓东南亚国家的一次机遇，有助于在泰国增加本运营商的新用户量。
5. 给 Truemove H 带来跨国业务的新机遇，随着 True 或 True Group 提供多样化电信与电子服务如本运营商的电子支付 (Truemoney)，它也希望能够发展到其他国家使用。此外，在用户方面不仅是去外国的泰国游客包括入境到泰旅游的游客，都是 Truemove H 集中促销可发展的新用户。双方合作能支持 Truemove H 发展跨国业务。

3.2.2 对中国用户推销电话卡的策略

1. 采用多种方式营销

为了发展中国市场，向中国客户推销手机卡和套餐，Truemove H 提供了多种销售渠道。在中国国内的主要销售渠道是：1. 通过中国经销商 (Dealer) 在中国线下传统渠道。2. 中国经销商将线上销售，如淘宝网站等。为配合市场销售，公司聘用中国外包，直接向中国游客推销电话卡。这在语言上更能为中国客户提供良好的服务。根据负责中国市场出口 Sim 卡的经理的采访，目前 Truemove H 在中国市场方面有 5 家经销商 (Dealer) 销售电话卡。通过经销商 (Dealer) 公司推销 Truemove H 的电话卡是 Truemove H 营销的一个主要方式。在对一家经销商 (Dealer) 公司的采访中可知，这家经销商 (Dealer) 从 2015 年开始为 Truemove H 在中国销售电话卡。销售渠道包括线下渠道和在线商店。线下渠道包括传统旅行社、导游及机场送机服务渠道。但线上渠道，包括淘宝网在内的众多 OTA 平台在销售中的占比越来越大。

在泰国的渠道中国游客一到泰国国际机场如素万那普、廊曼、清迈、清莱和普吉这些泰国国际机场都有柜台提供服务以及在泰国全国遍布的 7-11 便利店、本公司的实体店 (True shop) 和所连锁代表商店等。使用方式一般插卡就可以使用，不要去进行什么设置但有一部分安卓 (Android) 手机插卡可能不会自动识别网络，需设置 APN 才能正常使用。此外，Truemove H 联合泰国亚洲航空公司 (Air Asia) 合作，顾客可以在飞机上通过亚洲航空公司的工作人员购买本运营商的 Sim 卡，一到泰国就可以即可使用。

2. 未来营销发展趋势和策略

根据对负责中国 sim 卡的市场经理的采访,她表示:目前中国营销渠道的 5 家经销商 (Dealer) 还是无法满足公司的要求, Truemove H 还将持续寻找更多的经销商 (Dealer) 合作, 在中国市场线上和线下店铺渠道销售本公司的电话卡, 从而为了拓展更多销售渠道和扩大中国西部地区的覆盖领域。考虑到未来如果长期停留泰国的中国用户不断增加, 本公司还有计划为中国用户提供更多方面的服务如: 在网站使用汉语做广告宣传, 提供汉语账单使得汉语用户更便捷而吸引更多顾客利用公司的服务和产品。

四、中国游客购买 Truemove H 电话卡的满意情况

1. 认知电话卡的渠道情况

Truemove H 营销的一个重点是促销公司的电话卡。这项调查的是中国游客从哪些渠道知道 Truemove H 的电话卡。本次调查了 50 名中国游客。表 4-1 反映了中国游客主要从哪些渠道知道 Truemove H 促销的电话卡服务。

您通过以下哪些渠道购买泰国 Truemove H 移动电话卡

7-11便利店	Truemove H 实体店	亲朋好友转卖	机场	网络 (电商平台)	旅行社提供	其他, 请说明(办 Wi-Fi 送的)
31%	24%	3%	21%	18%	1%	1%

表 4-1 中国游客购买 Truemove H 电话卡情况

购买 Truemove H 的 Sim 渠道渠道, 中国游客大多是通过 7-11 便利店, 以下依次是: Truemove H 的实体店、朋友转卖、机场销售点、网上平台和旅行社等。

2. 对 Truemove H 服务的总体满意情况



表 4-2 中国用户对 Truemove H 电话卡总体满意情况

本论文对 Truemove H 服务多个方面进行了一个总体调查，了解中国游客对 Truemove H 电信服务的总体满意情况（见表 4-2）。调查涉及三个方面：

(1) 对服务员的总体满意度；包括服务人员的态度热情、礼貌，对客户解决问题能力，对客户关照、责任感、事项追踪。总体满意度是：很满意。

(2) 套餐价格与移动通信服务的满意度；包括通信覆盖范围、网络稳定性、套餐资费合理。总体满意度是：比较满意。其中在提供多档套餐方面的满意度是：很满意。

(3) 对推销产品与服务渠道的满意度；包括 Truemove H 的实体店、网站和推销产品方式。总体满意度是：比较满意。其中但在售后付服务、提供联系的询问方面的满意度是：很满意。

泰中经贸和旅游业的蓬勃发展，也促进了泰国电信服务市场的发展。泰国三大私人电信运营商对中国旅游市场展开了激烈的竞争，用各种手机优惠吸引前来泰国旅游的大批中国游客。在中国市场发展移动业务的方面，三大私人运营商都有本公司的电话卡在中国淘宝网站销售，在中国市场的份额中 Trumove H 移动运营商获得了最多的中国用户，仅次于 Trumove H 的是 DTAC 和 AIS。此外，为了使中国游客在泰国具有更便捷的通信服务，它们的热线电话都有中文服务，提供给使用汉语沟通的用户咨询产品或服务而帮助客户解决问题。

五、SWOT 分析

根据文献收集，问卷调查和访谈掌握的资料和分析数据，我们可以通过 SWOT 分析对 Truemove H 移动的营销策略和汉语服务进行 SWOT 分析，分析研究 Truemove H 移动的市场优势、劣势、机会和挑战。

一、优势分析（STRENGTH）

1.1 Truemove H 移动市场营销方案的优势

根据泰国电信市场，Truemove H 移动推出了多种电话卡和网络套餐，薄利多销，满足用户的各种使用需求。此外，Truemove H 移动还提供优质的客户体验，即客户使用 Truemove H 移动的电话卡，可以免费使用泰国各地的无线 wifi。此外，Truemove H 移动针对中国游客提供一些优惠和特权，如在曼谷购物和打车的特权和优惠。最受中国的旅行者欢迎的是 TrueMoveH& Grab 优惠。

1.2 销售渠道策略优势

Truemove H 移动许多销售渠道，线上和线下如网站、直销、电话营销、Truehop 营业厅、手机零售店代理商等。由于本公司有正大集团（CP Group）母公司，提供强有力的支持。在泰国国内全部的正大集团旗下的 7-11 便利店，24 小时营业，且都有销售 Truemove H 移动电话卡而可以为顾客提供交费服务。在中国国内 Truemove H 移动 通过 5 家中国经销商在线上 and 线下推销本公司的

电话卡，甚至亚洲航空公司的飞机上和泰国各地的国际机场营业柜台都有销售点，使消费者有更多的选择方便购买电话卡使用。

1.3 Truemove H 移动和中国移动 (China mobile) 合作的优势

Truemove H 移动在移动技术市场竞争不断增强。True Group 集团与中国移动通信 (China Mobile) 合作，发展跨国业务，开展对中泰两国消费者的营销。与此同时，True Group 集团与中国移动 (China mobile) 达成数据中心战略合作伙伴的深化合作关系，分享信息及加强移动数字的质量，努力打造高质量发展发展的新优势，为长远发展奠定扎实基础。在泰国私人三大电信运营商当中，Truemove H 移动成为占领中国市场份额比例最大的服务商。在移动市场当中是具有竞争力的运营商之一。Truemove H 移动加强企业管理系统，使其更加有效地进行营销，进行客户信息数据库建设，掌握消费者行为的变化。

二、劣势分析 (WEAKNESS)

1. 资金实力的劣势

Truemove H 移动在泰国私人三大运营商当中是财务实力最弱的服务商，由于电信行业成本昂贵，不仅要建立信号基站以及广告推广等方面，而且还有频段认证费用需要缴纳。此外，进入移动市场后不断的投资发展，这些因素导致 TruemoveH 移动的资金流动性呈现问题，影响未来的发展。

2. 提供汉语方面的劣势

Truemove H 移动给用户提供的信息主要还是泰语和英语。对中国客户在电话卡套餐内容的介绍短信上还没有汉语服务。中国顾客收到的除了泰语短信就是英文短信。对很多不懂泰文和英文的中国客户来说，起不到促销的作用。这些问题都影响了 Truemove H 移动手机产品服务的质量和效率。

三、机会分析 (OPPORTUNITY)

1. 移动市场的发展

泰国政府推出 Thailand4.0 战略经济发展模式，泰国移动市场已经从 3G 向 4G 全面升级。2018 年泰国副总理颂吉日前在曼谷举行的“华为亚太创新日”活动上宣布，泰国将致力于发展电信基础设施建设，计划在 2020 年推出 5G 网络。泰国要在两年内实现 5G 技术应用。负责推进 5G 网络应用的国家广播和通信委员会将与私营企业讨论 5G 设施的发展方案。

对于泰国来说，5G 网络是泰国 4.0 计划的一部分，它将使国家经济以特定行业为起点实现创新驱动，从而为垂直行业创造价值。这也是政府实现“数字泰国”的重要的一步棋。目前仅有华为被允许在泰国第一个 5G 测试中心——泰国朱拉隆功大学开展 5G 试验。另外，泰国数字经济与

社会部将在 “部经济走廊” 建立 5G 测试平台。目前，华为已投入 1.6 亿泰铢（约合人民币 3527 万元）在泰国农业大学为拉差校区内建设 5G 测试平台。（桔子国际海外置业，[online]，2019）Truemove H 移动要抓住 4G 向 5G 网络发展的机遇，在手机产品服务上，广告宣传上，市场营销和售后服务上做好准备，在发展巩固 4G 市场的同时，抢占 5G 市场先机，加强手机网络服务的竞争力，吸引未来的 5G 用户。

2. 加强电信服务，扩大电信市场

Truemove H 移动公司在泰国率先推出 3G 和 4G（2012-2015）以及积极的手机补贴（主要是 2016 年）后，成功增加了收入。2019 年是 5G 网络时代的开始，中国华为又是 5G 发展的主要公司，在 5G 网络上拥有自主创新的技术。中国移动计划 2019 年年底前开通 5 万个 5G 基站，在超过 50 个城市实现 5G 商用服务。Truemove H 移动与中国移动合作对发展泰国 5G 网络电信服务是非常有利，是 Truemove H 移动开展 5G 网络电信业务良好机遇。

3. 发展泰国市场，开拓中国市场

泰国拥有 6800 万人口，目前有 9800 万移动连接，其中 85.5% 为预付费用用户。泰国智能手机普及率为 66.7%，高于印度尼西亚的 38.1% 和马来西亚的 61.4%。2016 年智能手机仅在泰国销售了大约 2240 万个，泰国被视为继印度尼西亚之后东南亚智能手机的第二大市场。（丁培，[online]，2019）泰国电信市场不断发展，4G 已经推出，四大运营商：Truemove H 集团（True Corporation）、高级信息服务（AIS）、全面访问通信（DTAC）和 Jasmine，都在竞争频谱和客户。另一方面，在中国经济持续发展，中国在泰投资经商，来泰旅游人数增加的形势下，面对中国市场的商机，Truemove H 移动把吸引中国客户作为发展营销业务的商机。

四、挑战分析（THREAT）

1. 市场营销竞争的威胁

价格竞争激烈，由于泰国有 5 大移动运营商包括国有企业 2 家，私人企业 3 家。尤其是 3 大私人运营商在泰国移动市场竞争激烈。竞争引入导致产品价格的降低，三大运营商甚至打起了价格战，不断推出不同类型的低价互联网套餐，低价竞争策略确实可以获取大量价格敏感型用户，但导致运营商利润减少例如：运营商免费送手机和不限流量的套餐促销等这些营销活动，运营商能够增加大量的用户，但得不到理想的盈利，会影响未来的发展。另外，Truemove H 移动面临来自技术演进和市场竞争的严峻挑战。

2. 高成本与政府的管控

电信业务成本高，政府严苛管制，如在频段使用权和频段认证价格高方面。电信运营商经营需要使用大量资本投资，不仅要建立或维护移动设备，而且还要培养科技人才。

3. 泰国网络市场饱和的威胁

泰国移动市场已经接近饱和，在 3G，4G 时代移动用户数量显著扩大，使得市场需求增幅超过球供应增幅(Over Demand)。目前，在泰国很多用户一个人就有多个号码，网络连接渗透率也超过 100%，导致即将到来的 5G 时代，呈现市场需求降低的形势。运营商投资心理趋于萎缩，投资谨慎。

4. 顾客使用和购买行为

由于科学技术快速发展，网络信息新技术不断涌现，给消费者行为带来变化。例如：以前消费者是通过电视台、报纸、广播、期刊和杂志等媒体获得信息。如今，主要是通过网络信息获得信息，主要方式就是手机和电脑等。这些信息通过各种信息软件，如 YouTube，LINE TV，Facebook 等社交媒体和 APP 等软件。人们获取资讯的渠道更加多样，也更便捷，使消费者有更多的选择。因此，消费者使用网路的行为对供应商具有很大的影响。如果这家电信运营商不能为顾客提供丰富、快捷和有吸引力的信息和娱乐软件，消费者就会选择其他的运营商。这就要求运营商提供更贴近顾客，符合顾客要求的营销策略，以满足和适应用户消费行为的变化。

六、建议和改进措施

1. 改善促销方式，促进电话卡销售，面对中国市场，公司需要改进线上线下的推销方式来吸引客户。具体措施是：

1.1 需要在淘宝平台增加促销活动方案，为淘宝会员提供优惠活动，吸引浏览淘宝店的顾客和增加销售数量。由于销售 Truemove H 电话卡的店铺，没有参加过此类优惠活动，根据中国中介的建议，公司方面该支持他们在淘宝平台推销多样营销的活动，吸引赴泰旅游的旅行者选择使用 Truemove H 电话卡。

1.2 由于合作的商家不会说中文，Truemove H 公司该提供一个便捷的语言沟通渠道，让用户能够与服务人员进行沟通和询问。

2. 加强汉语服务

2.1 设立中文服务中心

公司可以考虑设立一个中文服务中心，中国客户有问题可以通过这个中心得到解答。在这个中心安排中文好的服务人员，不仅能通过电话与中国客户沟通，也可以通过微信等信息渠道与中国客户沟通，及时准确地把公司的产品信息告诉客户，解答中国客户的问题。

2.2 加强布告栏、短信、网站等方面的汉语服务

在问卷调查和访谈中了解到，Truemove H 在产品促销上没有中文短信、中文网站、缺少中文广告和布告，不能及时、方便地向中国客户提供手机产品的各种信息。这种现象既不能满足中国客户的购买需求，也不能有效地向中国客户推销公司的产品。面对这些问题，公司需要增加广告、短信、网站等信息渠道的汉语服务。

结语

泰国当前存在五家最具实力的电信运营商，其中包括三家私人运营商 (AIS, Truemove H, DTAC) 和两家国营运营商即泰国电信局 (Communications Authority of Thailand / CAT) 和泰国电讯公司 (Telephone Organization of Thailand / TOT)。

True Group 是在泰国的一家大型电信运营商和电信服务商，它的业务范围包括宽带 (True Online)、移动通信 (Truemove H) 和有线电视 (True Visions) 行业。Truemove H 在泰国三家私人运营商当中排名第二。

在泰国市场进行营销，其以融合套餐 (Convergence) 理念的策略为主进行营销，该策略使本公司能够增加不少用户量。此外，Truemove H 还向客户提供最全面和最具有吸引力的解决方案如：公共 Wifi 覆盖泰国全境各大机场、商场、连锁餐厅、公共娱乐设施等，只有 Truemove H Sim 卡就可以免费使用。

在中国市场发展移动业务的方面，Truemove H 通过中国经销商 (Dealer) 为主帮助进行营销，通过经销商 (Dealer) 公司推销 Truemove H 的电话卡是 Truemove H 营销的一个主要方式。中国经销商将线上销售，如淘宝网站等。为配合市场销售，公司聘用中国外包，直接向中国游客推销电话卡。为了发展中国市场和注创新技术 True Group 与中国移动国际 (CMI) 合作，向中国游客推出各种各样的 Sim 卡套餐，让客户得到更多的优惠，享受更好的服务，而吸引中国用户使用。在提供服务的方面它们的热线电话都有中文服务，提供给使用汉语沟通的用户咨询产品或服务而帮助客户解决问题。

本文论对 Truemove H 公司在中国市场的营销策略分析，可知 Truemove H 在中国移动市场营销方面具有一定的优势，但也面对手机服务市场的激烈竞争，Truemove H 的发展有不少机会，但也面临一些挑战。因此 Truemove H 和中国移动合作也是为了保持本公司竞争的优势。

参考文献

- 丁培.(2019). 泰国电信设备概述(上). 搜查日期 2019 年 10 月 18 日, 从 <http://www.istis.sh.cn/list/list.aspx?id=11911>
- 桔子国际海外置业.(2019). 泰国大力发展 5G 技术, 投资者将迎来新机遇, 搜查日期 2019 年 10 月 18 日, 从 http://www.sohu.com/a/340316229_817250
- Thitirath Kinaret. (2019). TrueMove H WeChat Go SIM ซิมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยเฉพาะ. สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2562, [บทความออนไลน์] จาก <https://www.iphonemod.net/truemove-h-wechat-go-sim.html>
- บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (2014) . รายงานประจำปี (แบบ 56-2) สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562, จาก <https://market.sec.or.th>
- ผู้จัดการออนไลน์ (2019) . ทรูเปิดตัว “CM Link TrueMove H ซิม 4G ไร้พรมแดนไทย-จีน” จุดเด่นโทร.กลับจีนฟรีด้วยเบอร์เดิม. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2562, จาก <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9620000031009>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (ปรับปรุงล่าสุด 2562) . เอกสารเผยแพร่ของบริษัทที่ออกและเสนอขายหลักทรัพย์ประเภท รายงานประจำปี (แบบ 56-1 และ 56-2) บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) : TRUE ประจำปี 2540 – 2562 สืบค้นเมื่อ เมษายน - พฤษภาคม 2562 [PDF, Microsoft Word เอกสารออนไลน์] <https://market.sec.or.th>

	Name and Surname (姓名) : Narinda Leerattanalerd
	Highest Education (最高学历) : Master of Arts (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) : 19/460 32 Nawamin Rd. Khwaeng Khongkhum, Khet Bungkum, Krung Thep Maha Nakhon 10240





泰国国际学校 IGCSE 课程和中文教学探究——以 Ascot 国际学校为例

IGCSE CURRICULUM AND CHINESE TEACHING IN INTERNATIONAL SCHOOL – A CASE OF ASCOT INTERNATIONAL SCHOOL

严飞霞

YAN FEIXIA

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 : marachenxi@gmail.com

Received: 21 April 2020 / Revised: 5 May 2020 / Accepted: 12 May 2020

摘要

IGCSE (International General Certificate of Secondary Education.) 是国际普通中等教育证书的缩写。目前, IGCSE 已经在全球 160 多个不同的国家推广, 它是由英国剑桥国际考试于 1988 年开发, 剑桥大学自 1858 年以来一直是英国本地考试委员会。其课程体系及评估模式也是目前国内正在进行的基础教育课程改革所借鉴的主要课程体系之一。在泰国超过 130 所国际学校, 为了适应和发展, 以满足各类人才, 多语言, 国际学生的需求, 其中泰国的英式国际学校都会开设 IGCSE 国际课程。

近年来越来越多的学生选修 IGCSE 中文课程, 为了满足中文学习需求, 剑桥国际测试机构开设了 IGCSE 中文课程, 而如何让选修中文的学生考取优异的中文成绩, 教学方法和应试技巧也非常的重要。目前有关 IGCSE 中文的教学方法和应试技巧却十分有限。因此, 本文拟以 IGCSE 中文的教学为研究对象展开并探讨。并通过以 Ascot 国际学校为例, 通过教学实验、调查问卷, 历年考试成绩等方法获得数据, 并进行分析, 最后得出结论, IGCSE 中文课程和一般中文学校的教学方法所存在的同异性, 并能够发现国际学校中文教学和学生在考试中所存在的一系列问题, 如何改进, 以帮助教师在 IGCSE 的中文教学当中能够有更多更好的借鉴和改进措施, 让 IGCSE 中文教学更有效率, 同时学习中文 IGCSE 课程的学生也都能够取得优异的成绩。

关键词: 泰国国际学校, IGCSE 课程, 中文教学, 教学方法

ABSTRACT

IGCSE (International General Certificate of Secondary Education) is the abbreviation of International General Certificate of Secondary Education. Currently, IGCSE has been promoted in more than 160 different countries around the world. It was developed in 1988 by Cambridge international examinations, the University of Cambridge which has been the local examination board in the UK since 1858. Its curriculum system and evaluation model are also one of the main curriculum systems for reference in the current reform of basic education curriculum in China. There are over 130 international schools in Thailand. In order to adapt and develop to meet the needs of all kinds of talents, multilingual and international students, the British international schools in Thailand will offer IGCSE international courses.

In recent years, more and more students are taking IGCSE Chinese courses. In order to meet the demand of Chinese learning, Cambridge international testing institution has set up IGCSE Chinese courses. Teaching methods and test-taking skills are also very important for the students to achieve excellent results in Chinese. At present, the teaching methods and test-taking skills of IGCSE Chinese are very limited. Therefore, this paper intends to take IGCSE Chinese teaching as the research object to carry out and discuss. And through the Ascot international school, for example, through the teaching experiment, questionnaire, calendar year examination method so as to obtain the data, and carries on the analysis, finally concluded that the IGCSE courses in Chinese teaching method and the general Chinese schools with the opposite sex, and be able to find the international school Chinese teaching and students, there exists a series of questions in the examination, how to improve, to help teachers in the Chinese teaching of IGCSE can have more and better reference and improvement measures, make IGCSE Chinese teaching more efficient, students in learning Chinese IGCSE course at the same time also to be able to get good grades.

Key words: International school of Thailand, IGCSE curriculum, Chinese Teaching, Teaching methods

绪论

一、选题的背景及研究意义

近年来,教育国际化趋势持续走高,连续三年,中文科目在世界范围内的受欢迎程度始终保持增长。选择中文学习报考的全球学生人次较 2018 年增长了 12%。剑桥国际课程以多样的课程选择著称,剑桥



IGCSE (International General Certificate of Secondary Education) 国际中学教育通用证书, 由英国剑桥大学创立, 是目前国外 14 岁到 16 岁青少年的全球最受欢迎的国际资格证书课程, 也是 CIE (Cambridge International examination) 剑桥国际测评的一部分。其证书, 被全世界多数大学所承认。

剑桥的 IGCSE 考试充分体现了英国中等教育理念的一个范例。剑桥 IGCSE 课程由于它拥有灵活的课程体系, 开设了 70 多门科目, 学生将有机会根据自己的兴趣爱好来选择课程, 从而可以充分发挥学生的专长, 为才能各异的学生提供了各种攻读方向, 包括母语非英语的学生, 而且剑桥 IGCSE 课程资格证书受到全球众多一流学校和用人单位认可, 并被视为学习能力的证明。

由于目前正在泰国 Ascot 国际学校教授 IGCSE 国际中文课程, 如果国际学校是属于英制学校的话, 在踏入十年级的时候就要开始选课开始学习 IGCSE 的两年课程, 两年以后通过考试拿到国际证书的一个过程。学校的学生也来自不同的国家, 有的是泰国人, 有的是日本人, 有的是英国人, 有的是韩国人, 有的是印度人, 其中很多学生不会说泰文, 而且也不选学泰文。如此发现, 对于绝大多数的学生来说, 泰国国际学校的汉语处于一种既非母语又非目的语的语言环境中, 而这种环境对汉语学习者所造成的影响—尤其是不同母语背景的学习者在此种语言环境下所受到的影响, 如何能在这样的语境下进行教学, 并且能够提高 IGCSE 中文考试的成绩, 找出国际学校中文教学中所存在的问题, 正是需要去探究的问题。随着全球经济的飞速发展, 世界正在变得越来越小, 文化的日渐进步和各地区联系的日益紧密, 中文教学推广工作以蓬勃发展和多样化的方式呈现在世界的教育领域。国际学校的中文课程作为一种附加语言 (additional language) 课程被越来越广泛地认可和开设, 这在中文国际教学推广地过程中起着举足轻重的作用。IGCSE 剑桥国际课程作为目前全球认可度很高的国际课程已在世界上 145 多个国家的 4800 多所学校开设了该课程。但是对 IGCSE 发展状况方面的研究成果很少, 特别是对于 IGCSE 的中文教学中所存在的问题, 将通过 Ascot 国际学校的 IGCSE 中文教学为例, 与一般学校的中文教学作比较, 从而分析出本校在中文教学中所存在的特殊性和同异性。同时通过问卷调查也可以了解到其它国际学校中文教学的不同情况。对国际学校 IGCSE 中文教学也有一定的启示。

二、本选题研究领域国内外的研究动态及发展趋势

(一) 有关 IGCSE 中文教学方面的研究

1. 藏亚茹 (2015) 《IGCSE 汉语考试特点分析—兼与新 HSK 比较》, 论文里主要阐述了作者通过孔子学院派去海外——匈牙利的国际学校做了两年的志愿者, 通过这次机会接触到了 IGCSE 课程, 并且与国内的新 HSK 做了对比和探讨, 通过相关数据统计和比较分析, 发现 IGCSE 汉语考试与 HSK 具有不同的诸多特点。

2. 宋凌厉 (2015) 《英国 GCSE 汉语考试词汇编排与新 HSK 考试词汇等级对比》, 文中提出了 GCSE 考试中的汉语科目已经列为英国国民教育体系学科, 是目前英国最主流的汉语水平测试。

3. 陕西师范大学邓攀（2014）《试论以 IGCSE 中文考试为目标的（标准中文）的词汇教学》，文中通过分析 IGCSE 中文考试的核心词汇大纲、考试形式以及《标准中文》教材内容的说明，课文词汇教学可否并且如何与 IGCSE 中文考试配合使用。

（二）有关泰国学校中文教学方面的研究

1. 崔凯（2018）《泰国国际学校汉语教学情况调研—以泰国 Bromsgrove International School 为例》和于玲玲（2013）《泰国彭世洛府私立国际学校汉语教学现状及发展对策研究—以彭世洛 Teeratada 学校为例》。前者主要是探究某种既非母语又非目的语的语言环境对于汉语教学的影响，具体来说就是研究教学对象为母语非英语的汉语学习者在英语的语言环境下学习汉语时的汉语教学特点。

2. 针对泰国学校或者是某一地区的汉语教学情况调查的论文，有何丽英（2010）《泰国华侨学校汉语教学研究》，谢华欣（2011）《泰国高中汉语教学现状分析与对策》，赫颜（2013）《泰国中学汉语教学状况调查及现状分析》，张丽芳（2013）《泰国华校中小学汉语教学调查研究—以光华学校为例》。

本选题的研究目的、方法和内容

1. 研究的目的

通过对 IGCSE 考试成绩和中文教学的分析和研究，发现国际学校中文教学和学生考试中存在的问题，以帮助在 IGCSE 的中文教学当中能够有更多更好的借鉴和改进措施。

2. 研究的方法：

- 1) 文献分析法。通过大量的阅读有关文献来获取最真实有效的信息或者数据。
- 2) 问卷调查法：通过对学校内部做的问卷调查知道选择考 IGCSE 中文的学生类型和信息情况。
- 3) 案例研究法。选取 Ascot 国际学校 IGCSE 中文考试项目为例，通过 IGCSE 课程的五大主题领域调查研究该校 IGCSE 中文课程在中文教学中的实施与应用。
- 4) 比较分析法。通过一般的中文教学与 IGCSE 中文教学做出对比，找出他们之间的相同点和不同点。

3. 研究的内容：

- 1) 简述有关 IGCSE 中文考试在国际学校的大概情况。
- 2) 对 Ascot 国际学校 IGCSE 教学和考试的情况调查。
- 3) 对 IGCSE 课程中文教学的调查和分析。
- 4) 通过国际学校 IGCSE 中文教学和一般学校中文教学之间的比较，分析他们之间的特殊性和异同性，从而找到可以借鉴和改进的措施。

三、IGCSE 课程和中文考试在泰国国际学校的概况

近年来越来越多的家长由于各种因素考虑送孩子来泰国的国际学校上学，虽然泰国的国家教育体系在亚洲不算是最好的一个，但是泰国的一些最优质的国际学校在全世界范围内算是顶级的。泰国的国际

学校成为顶级的原因，主要是因为泰国低廉很舒适的生活吸引了很多的外国人，还有很多世界大公司都会设有分公司在泰国，所以也有来自全世界各地的高管，而为了工作，他们都是全家一起来，所以不同国家的小孩儿都需要解决教育问题，随之而来的结果就是：泰国就会有更多国际家庭愿意支付较高的教育费用。在泰国本身的国际多元化影响下，国际学校就读的学生们一般都是来自于不同的国家和文化背景，同时也有很多优秀的国际老师愿意来到泰国生活，并长期留在泰国。

曼谷 Ascot 国际学校以国际文凭课程（IB）与英格兰及韦尔斯国定课程 (National Curriculum of England and Wales) 方式授课，10-11 年级为国际中学教育普通证书（International General Certificate of Secondary Education, IGCSE）教育，12-13 年级为国际文凭组织文凭课程（IBDP），毕业后可向全世界 150 多个国家申请大学。

曼谷 Ascot 国际学校除了必修的英文以外，还必修中文至九年级，学生多能以中英双语沟通。此外，还教授泰语及文化课程，培养学生兼具国际与当地视野和沟通能力。学生到了九年级的时候就必须选课 IGCSE 两年课程，可以在学校所提供的所有科目中选择自己想要学习的科目。学生会根据自己的情况结合他们将来就业形式来决定是否会选择 IGCSE 中文课程，选择 IGCSE 中文课程的学生大部分是自己感兴趣，觉得很有用，或者是将来有可能在职业生涯中会有所使用。两年课程结束考试，最好的成绩是 A*，衔接 IGCSE 的课程应该是 A-Level，但是 Ascot 国际学校不提供此项课程，所以接下来衔接 IGCSE 课程的就是 IBDP。所以 IGCSE 中文的两年课程是非常重要的，如果学生做好学习中文 IB 的准备，就必须努力学习好 IGCSE 的两年课程，能更好的衔接到中文 IB 的两外两年课程学习。

IGCSE 在世界 160 多个国家都能修读，而且得到了世界范围内学校的广泛认可，深受广大学生和家长的青睐。学生学完 IGCSE 课程能够很好的衔接 A-Level，或者 IB 课程。

IGCSE 中文考试是以话题为大纲。大纲明确了考试所涉及的话题内容，即谈论的主题。根据《IGCSE 中文考试大纲》，IGCSE 中文考试涉及的五大主题又进行了更细致的划分，每个主题下设置了所要考试的考点。如下图：

主题领域	分主题	考试主题
A 日常生活	家庭与学校生活	家庭生活
	饮食、健康与运动	学校日常 饮食 健康与运动
B 个人与社会生活	个人、家庭与人际关系	个人、家庭、人际关系和 宠物 日常生活
	假期	外出吃饭 假期



C 我们周围的世界	家乡和当地地区	家乡和地理环境 服饰 购物
	自然即人文环境	公共服务，习俗等 天气 问路
	人物、地点和习俗	见面问候 旅游与交通 著名景点和城市 动物
D 职场领域	继续教育	未来教育和培训
	职业与求职	未来职业规划 就业
E 国际化的世界	在家和出国旅游	假期旅游和交通工具 地理环境 天气
	海外生活	地方和习俗 饮食 会面

IGCSE 中文考试的外语类为例分为四个部分听、说、读、写，如下表所示：

(卷一) 听力	(卷二) 阅读	(卷三) 角色扮演	(卷四) 写作
总分值：30 分 考试时间：35 分钟 所占比重：25%	总分值：36 分 考试时间：1 小时 15 分钟 所占比重：25%	总分值：100 分 考试时间：15 分钟 所占比重：25%	总分值：45 分 考试时间：1 小时 15 分钟 所占比重：25%

所有的考试试题都是由所属的剑桥考试委员会同意命题。获得 IGCSE 中文证书不仅可以为 A-Level 提供更多选择，也能够很好的衔接 IB 课程。对于那些已经确定大学所读专业的学生来说，IGCSE 为大学专业奠定了良好的基础。

四、IGCSE 教学和考试在 Ascot 国际学校的调查情况

根据近五年的 IGCSE 中文考试成绩，总共有 48 个学生参加考试。考试成绩如下：

2015 年到 2019 年的 IGCSE 中文历届考试成绩：



2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
A*	A*	A*	A	A*
A*	A	A	A*	B
A	A*	A	A	A*
A	B	A	C	B
A*	A*	A	A*	B
B	A	A*	A	A*
A	A*	B	A*	A*
A*	B	A	A*	
A	A	A*	A*	
	A	A	A*	
		A*		

从 Ascot 国际学校的 IGCSE 成绩可以看出，学生的听说读写的成绩是比较平均的。没有太高或者太低的情况，因为 IGCSE 考试的评分标准都必须是以听、说、读、写每一个部分为准来给出成绩。总体来说，学生的 IGCSE 中文考试成绩是很高的，最低的成绩是 C，中等的成绩是 B，基本上这样的分数都丢在了写作和阅读上。

根据 IGCSE 的大纲，口语部分是有严格要求的，分为四个部分来进行考核，第一部分是角色扮演。第二部分是在 IGCSE 的主题当中选择一个自己感兴趣的话题来进行两分钟的陈述，然后根据学生所陈述的内容问与之相关的问题。第三部分是除了陈述的这个话题之外的另外一个不同的话题，进行相关的问答。第四部分是整个口语考试过程的一个印象分。以我的学生为例，在练习口语的时候就是根据不同的话题来进行口头表达练习，而且练习的时候就必须像正式考试时候的程序来进行，让学生慢慢熟悉和掌握口语考试的过程。还有，让学生在每节课开始的时候口头表达练习一分钟，养成一种习惯，会让学生的口语有所提高。总之，口语只要是通过一定模式的练习是可以拿到好成绩的。

通过参加 IGCSE 中文考试的 48 个学生的成绩占比，如下图：

成绩	A*	A	B	C
2015 年	4	4	1	0
2016 年	4	4	2	0
2017 年	4	6	1	0
2018 年	6	3	0	1
2019 年	4	0	3	0
合计	22	17	8	1
占比	45.83%	35.41%	16.66%	2%

表 1-1 学生 IGCSE 中文考试成绩分析表

从上面表中可以看到从 2015 年到去年 2019 年的 IGCSE 中文的考试成绩中，A*的成绩占比是 45.83%，A 的成绩是 35.41%，B 的成绩是 16.66%，C 的成绩非常少，只有 2%，考到 A*的学生明显比 A 的学生多，而且考 B 的学生比 A 的学生还相差了 18.75%。

由此可见，IGCSE 中文的考题不算很难，四个部分听、说、读、写当中，卷三“说”的分数很关键，而且说是可以经过不断训练而拿到高分的，根据教学大纲的五个主题，而且考试的大部分主题都是跟校园生活有关，再把之前的历年考题拿来反复训练，题型基本相似，也有固定的提问模式，比如说角色扮演中的疑问词，一定会有“什么时候”、“去哪儿”、“做什么”、“多长时间”、“多久”、“你哪儿不舒服”、“为什么”等等诸如此类的常用疑问词，只要学生掌握了这些疑问词，就算没听懂整个问题，只要听懂疑问词也可以回答正确。

卷一的听力考题，一般丢分都会在听力的第三部分采访的对话，算是比较难的，但是可以写拼音，不一定要写出汉字，所以只要认真听的话，抓住关键词，30 的总分也还是可以拿到 25 到 26 分的，因为前面的听力的第一部分和第二部分不是很难，经过不断练习历年考卷的听力，应该是没有问题的。

卷二阅读部分，总分是 36 分，最难的一部分是在最后一个阅读题，从历年的考卷练习来看，学生都可以拿到 31 分左右。

卷四的写作部分，以历年的考试成绩来看，学生都还是可以拿到很好的成绩，因为根据近五年的成绩来看，如果写作拿不到高分，也不会有 A*最高的占比。

总之，IGCSE 的中文考题成绩相对来说是非常理想的，从 Ascot 国际学校历年的考试成绩来看，中文的成绩是比较好的，A*和 A 的学生比例占比是比较高的。

五、对 IGCSE 课程中文教学的调查和分析

（一）学习汉语的时间



图 1-1 学生学习中文统计表

这次调查中，调查对象是学习 IGCSE 的学生从十年级到十一年级。调查结果显示，在所有的 60 位调查对象中，学习中文 3-6 年时间（包括六年）的学生人数为 27 人，占总数的 45%；学习中文 6-10 年时间（包括 10 年）的学生人数为 22 人，占总数的 36%；而学习中文已经超过 10 年的学生有 11 人，占总数的 18%。Ascot 国际学校从一年级就开始学中文了，但是由于部分学生是其它学校



转学过来，还有部分结束小学部六年学习就转到其它中学，所以从一年级开始学习中文到最后的不多。但是坚持学下来的学生中文基础还是比较好的，而且也已经养成了良好的学习习惯。当然不排除小部分不喜欢学习中文的学生，所以 3-6 年的学生算是比较多的。

(二) 学生家庭的语言环境

语言	人数	百分比
泰语	38	63.33%
英语/泰语	12	20%
印度语/英语	10	16.66%

表 1-2 学生家庭语言环境调查表

在调查表中可以看出，母语是泰语的学生为多数，如果是在家里说英语和泰语的一般都是家庭妈妈是泰国人，爸爸是外国人，所以学生在家里可以说两种语言，由于学校的拥有者是印度人，所以学校有一小部分是印度人，他们在家大部分说印度语，但是也会说英语。我们可以看到没有任何一个学生是在家里说中文的。

(三) 学生选择 IGCSE 中文课的原因

选项	对中文感兴趣	学校的必修课程	父母让我学	汉语很有用
人数	18	19	11	12
百分比	30%	31.66%	18.33%	20%

表 1-3 学生选择学习中文课调查表

通过调查表可以看到 60 个学 IGCSE 中文的学生对中文课兴趣的表现，有 18 个学生对中文感兴趣，觉得中文很有意思，这样才有东西去学习中文。有 19 个学生觉得学习中文是学校的必修课程，不得不学，没有办法。有 11 个学生是父母希望他们选择学习中文，家长觉得学习中文在将来会很有用。有 12 个学生觉得学习汉语很有用，随着中国经济飞速的发展，还有越来越多的案例可以让国外的学子们看到，中文这门语言在将来的地位将会是越来越重要的，同时对于学生申请大学也有一定的帮助。

(四) 学生对中文听、说、读、写的能力感受

我们从学生的四个能力方面来调查，可见下图：

语言能力	听	说	读	写
人数	7	8	35	11
百分比	11.66%	13.33%	58.33%	18.33%

表 1-4 学生四方面能力的最强项

从调查表里可以看出，学生在听、说、读、写四个方面，认为自己最好的一项是读，有 35 个人选择了这个选项，占百分比的 58.33%，那是因为 IGCSE 中文考试中，卷二的阅读理解是学生练习的重中之重，也是花时间最多的一部分，因为阅读题题量大，也有很多复杂的句子结构，最主要的就是生词了，学生要掌握多少生词量才能读懂一篇文章呢，所以我们会把历年的考试卷拿出来做练习。如果是单独学习生词会非常无聊，就像我们当年背英语单词一样，我更习惯让学生从课文当中学习新生词，同时还要练习用新学得生词来造句，因为学生在读课文时就已经知道怎么用这个生词，会比单独来讲生词要容易理解和记住。其次是选择写的有十一个学生，我相信十个学生当中有八个学生不喜欢写作，对于 IGCSE 的中文其实并不是很难，因为会有问题来引导你写作，难就难在如何组织语言和学习句子结构，所以这又离不开读，读的越多语感就会越强，对于如何写作来说是具有很大的作用和帮助的。选择说的人有 8 个人，说明对于“说”，学生都不是很擅长，因为语言环境的问题，所以学生的说会比较弱，根据之前学生语言的分析来看，中文的语境完全没有。选择“听”的学生只有 7 个，是占比最少的，只有 11.66%，说明学生完全没有听到中文的机会，除了在课堂上练习听力以外，几乎没有。从以上调查可以看出学生的“读”在 IGCSE 中文考试当中是比较强的一项。

(五) 学生从 IGCSE 中文课程中的收获是什么

选项	中文的沟通技能得到了提高	用中文的机会比之前多	我了解并欣赏不同的文化	加强了 my 中文基础
人数	28	5	10	17
百分比	46.66%	8.33%	16.66%	28.33%

表 1-5 学生从 IGCSE 中文课程中的收获

从调查表中可以看到，学生选择学习 IGCSE 中文课程中，中文的沟通技能得到了提高选的人最多，有 28 个人，占了全部的 46.66%，因为以 Ascot 国际学校的中文环境来看，使用中文交流的机会时微乎其微，所以从这个课程当中可以听到和说到中文就全都要靠教师的使用频率和如何让学生开口说中文。用中文的机会比之前多，只有 5 个人选择了此选项，是因为学生的学习和生活环境实在是离中文这个语言太远，基本上用不到。有十个人选择了我了解并欣赏不同的文化，在学习阅读理解的过程当中，读了那么多文章，或多或少是可以了解到很多文化，如果学生非常感兴趣，会继续探讨，如果没兴趣也就略过，很快就会忘记，因为生活在泰国，泰国的文化冲击会比较大。加强了我的中文基础有 17 个人选择，占了 28.33%，仅次于第一项，说明在学习 IGCSE 中文课程的过程中，相当于又再次以另一种方式学习了中文，基础会相比较之前提高很多，因为学生知道两年课程学完是要参加考试并且可以申请大学，不会忽视学习中文的重要性。

(六) 学生对学习汉语重要性的看法

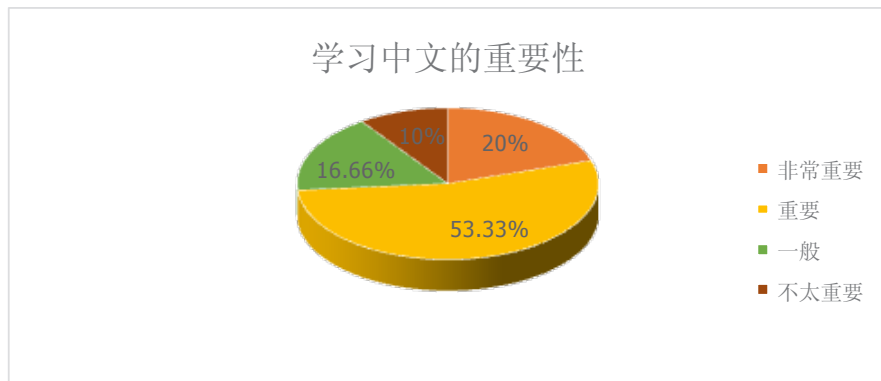


图 1-2 学习中文的重要性分析

从图表中的统计可以看出，认为学习中文“非常重要”的学生占 20%，选择“重要”的最多，占 53.33%，认为学习中文“一般重要”的占 16.66%，选择“不太重要”的占 10%。其中还发现对中文感兴趣的学生都是认为“非常重要”或者是“重要”，其它学习中文的学生是学校课程必修和父母让自己学习中文的都认为是“一般重要”或者“不太重要”，从选项看来这是合情合理的。在调查中没有选则“不重要”的。由此可以看出学习中文首先是一个兴趣问题，在学生学习中文的初期就要让他们感到学习中文的趣味性，才会觉得中文很重要，最后才能产生出对学习中文的学习动机。不过，对于大多数学生来说，学习汉语是比较重要的。

(七) 学生学习 IGCSE 中文课程能否提高中文水平

能否能提高中文水平	人数	百分比
非常	35	58.33%
很	25	41.66%
一般	0	
一点点	0	

表 1-6 学生认为学习 IGCSE 是否能提高中文水平

从表中可以看出觉得学习 IGCSE 两年课程是可以提高自己的中文水平的，尽管之前可能学的不是很好，但是经过两年的中文课程以后会得到很大的提高。当学生选择完 IGCSE 课程以后，所学的科目会比原来少，都是学生比较感兴趣的课程或者是将来都会用到的课程，学生的专注度会比之前高，而且 IGCSE 课程的考试并不便宜，所以学生是要付出一定努力去学习的。

(八) 学生认为 IGCSE 中文课程的难易程度

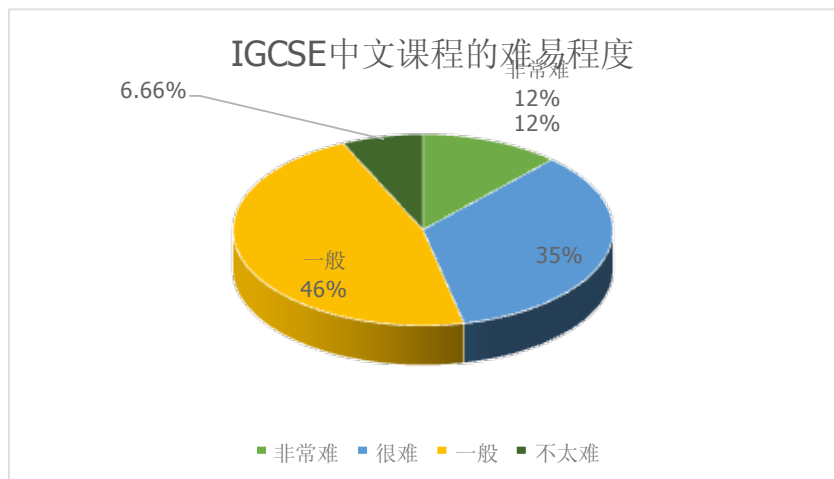


图 1-3 IGCSE 中文课程的难易程度

从图中可以看到，觉得 IGCSE 中文“一般难”的占大多数，占了 46.66%，其次就是“很难”的，占了 35%，然后就是“非常难”占了 11.66%，和“不太难”的占了 6.66%。可以看出 IGCSE 中文课程对于大部分学生来说还没有到非常难的状态，只是一般难，这应该是对于中文基础比较扎实和非常感兴趣的学生，而对于那些父母要求选学中文或者是觉得中文将来是有用的学生是一个“非常难”和“很难”的状态。很少一部分学生选择了不太难，是因为从小就开始学习中文，学校之外也有补习中文，父母非常重视中文的学习，这样的学生觉得不太难。可见，大部分学生还是觉得 IGCSE 中文课程一般难，不算非常难。

六、泰国 Ascot 国际学校中文教学的探究

通过长期的实践，总结出了 Ascot 国际学校的中文教学主要是体现在课堂教学和家庭作业上。而且在中文教学上提倡并采用的教学方法有整体语言教学法和任务教学法。

(一) 整体教学法

整体语言的教学法最主要是表现在它的“主题单元”安排上的。主题单元就是在一定的教学时间内，围绕一个主题进行的相关教学。而且 IGCSE 中文课程的教学大纲也是以五个主题教学为主，确定了主题后教师就根据该主题的教学要求、明确教学目标、教学重点和学生在该主题下该掌握的知识和交际水平，然后通过搜集所需要的素材、设计教学内容和活动形式。这样的教学不提倡把拼音、汉字、语法分开教学，而是以意义为主，以交际互动为目的。教师通常让学生根据上下文和整句句子的含义来猜测生词的意思，在大量的阅读材料的练习中总结语法点，在初级阶段，从易到难的阅读中，潜移默化的让学生慢慢的熟悉和掌握汉字。该教学方法就是在一个主题下，能够最大范

围的把语言点所涉及到的生活角度囊括进去，使语言的知识点多角度，多方位的联系起来，形成一个网状结构，使学生在特定情景中自然的产生表达需求，实现有意义和有效的学习。

（二）任务教学法

任务教学法分为三个步骤：任务前 – 任务中 – 任务后。例如：在教新的课时时，任务前：老师需要讲解生词和句型练习。任务中：根据课文的主题“去旅行”，让学生设计一个如果放暑假准备出去旅行的行程安排和计划，在学生完成的过程中，教师需要给学生提示如何做计划（时间、地点、人物、做什么）和用中文正确表达自己的计划。任务后：和全班陈述和展示自己的行程安排和计划，当中一定要用到本课所要学习的句型和语言点。

由此可见，整体教学法和 IGCSE 中文课程的教学大纲非常契合，都是以主题为主，围绕着主题教学，给学生比较切实际和多元化的教学，通过不断地做阅读理解练习，可以让我们看到之前所展示地学生考试成绩，是具有一定作用和非常有效的。

任务型教学法以任务组织教学，在任务地履行过程中，以参与、体验、互动、交流、合作地学习方式，充分发挥学习者自身的认知能力，调动他们已经有的目的与资源，在实践中获知、认识、应用目的语，在“干”中学，“用”中学。教师应当围绕特定的交际和语言项目设计出具体的、可操作的任务，学生通过表达、沟通、交涉、解释、询问等各种语言活动形式来完成任务，以达到学习和掌握语言的目的。

结合任务活动对重点语言项目进行归纳和总结，让学生知道自己有什么收获，要获得哪些技能，得到了哪些提高。教师对所收集和记录学生在任务过程中产生的错误语言形式或者语用错误进行讲解，给出正确的形式，并引导学生学习部分应该使用但是任务中没有使用到的语言形式，适当予以操练以及加强记忆。

通过之前的中文考题成绩分析，可以看到这样的教学方法是实际可行的，注重以学生为中心，切合学生的实际生活和情景来学习和操练所学的语言，这样可以有效的掌握和积极主动地学习中文。

无论是国际学校还是一般中文学校，我相信在教学的质量上必须是保持很高要求的，这是一个对外汉语教师所必须具备的素质。

对外汉语教学是一门新兴的交叉学科。作为沟通文化的桥梁，它负担着神圣而重要的使命。教学质量的好坏，教学效果的成与败，直接影响着语言的交流和文化的传播。众所周知，在对外汉语教学过程中，课堂教学是四大环节之一，并占据着中心的地位，一门学科的成功，是由教师、教材、教学过程和学习者等各部分互相联系的整体共同完成的。对外汉语教学也是一门跨文化，跨文化的知识在语言学习中无处不在。语言是文化的载体，汉语是上古文化的载体。跨文化知识和内容的传授也是对外汉语教师质量评估的重要标准之一。只有当对外汉语教师有意识地、主动地精心策划和控制了文化交流的内容时，教学才能是成功的。由此可见，教学质量没有什么异同性，它是一个标准，所有对外汉语教师必须具备的。下面探讨一下 IGCSE 中文教学中所存在的一些问题。

(三) IGCSE 中文教学所存在的问题

目前学校面临的问题就是校内语言环境问题。教师普遍认为在国际学校这样的只有英文的环境当中不利于学生汉语的提高。再加上学校学生的语言背景没有任何中文背景，学校图书馆虽然有中文书，但是不会有学生会主动去看中文书籍。而且也很少有适合初级中文学习者实用的图书资源，教师唯一能推荐的就是一些网上视频链接和网络读物。

(四) IGCSE 中文教学的改进措施

由于学习 IGCSE 中文的学生都是 14 到 16 岁之间，所以要针对他们的兴趣爱好，搜寻目前比较有趋势的话题来引导学生对中文越来越感兴趣，再加上 IGCSE 课程的大纲是以五大主题为主，这样教师就会比较得心应手，不需要照本宣科按照教科书的内容来教学，只要学习的内容是在教学大纲之内都是正确的。这样的方式还可以让学生发散思维，在最后考口语的时候可以让他们想到比较新颖有趣的话题来陈述。从本届 IGCSE 中文学生考口语的过程中发现，其中有一个学生，当我告诉他们去想一个你们自己最感兴趣的话题来作为你们的口语考试，但是我感觉到他脑海里没有一个自己很感兴趣的话题，自己不知道自己想要说什么话题。但是另外一个学生的话题就选得比较好，他选了“网上购物”这个话题。所以教师在教学过程中如何引导学生是具有深远影响的，比如：在平时的教学活动中，可以找一些当下比较流行和比较热的话题来引导学生讨论，让他们思考和了解为什么会发生这样的事情，为什么当下会这么流行；或者是从文化的角度出发，让学生对不同国家的文化做出对比，他们的相同点和不同点在哪里，同时也可以培养学生的国际情怀和包容心，从而开阔学生的视野和想象力，可以从这些真实事件中找到他们感兴趣的话题。

本文通过国际学校中的英制学校必修的 IGCSE 课程，讨论了学生 IGCSE 中文考试的情况、特点和中文教学过程中的调查分析，从而发现了在 IGCSE 中文教学中所存在的问题和如何提高学生对 IGCSE 中文考试的分数，甚至通过他们的努力可以很容易就能考到最好的成绩。同时，也能从中发现 IGCSE 中文教学与一般学校的中文教学之间所存在的异同性。从研究中可以发现，从 IGCSE 中文教学的方法上可以提高学生学习中文的趣味性，结合课程的主题性教学和目前比较流行的具有趋势性的话题讨论来引导学生展开思考和说出他们的看法，不仅了解了中国的文化，而且也学到了中文这门语言和书本之外的知识，对于语言教学不当只是会说一门语言，也要让学生了解到有关这门语言的文化背景和意义。但是由于地域和资源限制，再加上能力和时间也有限，本文只针对 Ascot 国际学校展开了调查研究，调查范围不够广泛也是本文的不足之处。笔者希望今后能有机会接触和了解到更多的国际学校，通过收集相关资料，扩大调查的资源支持，继续挖掘和研究英制国际学校的 IGCSE 中文教学情况。其次，本文从多方面调查了该国际学校的 IGCSE 中文教学情况，但对于教学方法的研究还不够深入，希望在后续研究中能完善这些方面，提高论文的理论深度很实用价值。

结语

目前,在泰国的国际学校持续升温,学习汉语的热度也是有增无减,国际学校的中文课程已经成为该地区的中文教学发展的趋势,相对于华文学校和泰国学校的中文课程,因为国际学校已经具备了教学理念和课程体系的国际化目标,所以国际学校的中文课程有自己的特殊性,因此对国际学校中文教学的情况的研究应当引起关注和重视。本文根据自己在 Ascot 国际学校担任中文老师的经历,通过介绍和分析该校的中文教学的基本情况,也提出了针对学生的需求和兴趣优化课堂教学方法、增加文化教学和活动的内容,加快教师改进中文教学的建议。

通过对 Ascot 国际学校 IGCSE 中文课程的调研,我们看到 Ascot 国际学校的中文开设科目很早,从建校开始就有了,而且教学成果突出。但是仍然存在一些问题,例如学生的学习动机不够强,中文语言环境的不足,教学资源 and 教学方法的创新性不够等。这些都会影响到学生的考试成绩,和选择 IGCSE 中文课程的学生越来越少,这些都是阻碍学校中文发展的因素。目前对 IGCSE 中文课程教学的研究明显不足,这与国际学校 and 中文教学的发展是不相称的,只有弥补了这一方面的研究缺失,才能为中文在国际学校中的发展打下坚实的基础。

目前,国际课程在中文教学中的应用与实施也越来越备受关注,如何让考生取得理想的成绩,提高中国的国际地位,中文作为一种软实力也越来越具备海外的市场。这就需要更多的学者来关注与研究海外国际课程的中文教学和教学方法,通过关注与研究可以给出更多优秀的建议,使海外中文的国际课程向健康、有序的方向发展。

参考文献

邓巧. 欧洲语言共同参考框架 (CEFR) 视角下新 HSK 四级和 IGCSE 汉语水平考试对比研究[D].

重庆大学, 2017

孔珍珍. IGCSE 中 ICT 评价方式对我国信息技术会考改革的启示[J]. 中国教育信息化

邓攀. 试论以 IGCSE 中文考试为目标的《标准中文》的词汇教学[D]. 陕西师范大学, 2014

冯绶. 从英国 IGCSE 考试看英国教育理念[J]. 中国考试, 2017(11): 56-62

刘珣. 对外汉语教育学引论 [M]. 北京: 北京语言大学出版社, 2000

陈坚林. 现代外语教学研究—理论与方法 [M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2004

陈英. 国际中等考试 (IGCSE) 物理学科探析[J]. 湖南中学物理, 2015, 30(04): 93-95

李恬. 泰国私立教会学校 EP、IEP 班级汉语教学现状调研[D]. 山西大学, 2018

胡慧、沈理明、姚兰. 英国 IGCSE 化学教材编写的启示[J]. 化学教学, 2015(10): 6-8

徐洁. 泰国春武里府民办中小学汉语教学现状调查研究[D]. 云南大学, 2018

韩家勋. 教育考试评价制度比较研究 [M]. 北京: 人民教育出版社, 2009

程棠. 对外汉语教学目的、原则、方法 [M]. 北京: 北京语言大学出版社, 2008

臧亚茹. IGCSE 汉语考试特点分析—兼与新 HSK 比较[D]. 北京外国语大学, 2015

IGCSE 剑桥国际教育官方网站:

<https://www.cambridgeinternational.org/programmes-and-qualifications/cambridge-igcse-chinese-mandarin-foreign-language-0547/past-papers/>

	Name and Surname (姓名) : YAN FEIXIA
	Highest Education (最高学历) : M. A. (Teaching Chinese)
	University or Agency (任职院校或单位) : Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域) : Teaching Chinese
	Address (地址) : 7 Ramkhamhaeng 60/1 Alley, Hua Mak, Bang Kapi District, Bangkok 10240



泰国汉语教学“给”的习得顺序研究 ——以叻武里嘉中学高中汉语专业班学生为例

THE RESEARCH ON THE ACQUISITION SEQUENCE OF “gei” IN SENIOR HIGH SCHOOL OF THAI-CHINESE TEACHING: A CASE STUDY OF RATCHABORIKANUKROH MIDDLE SCHOOL OF THAILAND

何方

HE FANG

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: hefangservices@hotmail.com

Received: 24 March 2020 / Revised: 10 April 2020 / Accepted: 29 April 2020

摘要

“给”在汉语中有着悠久的历史，其词性十分活跃，一直是对外汉语教学领域的研究重点。在泰国汉语教学中，“给”是泰国汉语学习者初中阶段学习掌握的重要知识点，它是泰国汉语高考科目（PAT7.4）和 HSK 初中级考试中出现的高频词汇，也是泰国高中汉语教学内容中的重点和难点。

论文经过对泰国高中汉语教学大纲、暨南大学泰国留学生书面语料库、泰国高考汉语科目（PAT7.4）以及泰国叻武里嘉中学高中阶段汉语专业教学用书中相关语料的收集、筛查、分析、归类，发现泰国高中汉语专业学生“给”的习得内容包括音、形、意等基础知识和语法方面的 5 个义项：

1. 动词，表给予，表示使对方得到某些东西或某种遭遇。句式：给+NP。
2. 动词，双宾语：给+NP₁+NP₂，表给予，表示使对方得到某些东西或某种遭遇。
3. 动词，表使令义，表示使对方做某件事或容许对方做某种动作。句式：给+兼语+V+NP，与“让”、“叫”相区别。
4. 介词，含有“为（wèi）”、“替”、“帮”的意思，引进动作行为的对象或受益者。句式：给+NP₁+V+（NP₂）。
5. 介词，表交于、交付。句式：V+（NP₂）+给+NP₁或者 V+给+NP₁+（NP₂）。

用问卷调查的方式，采用平均正确率标准，找出以叻武里嘉中学为例的泰国高中汉语专业学生“给”的实际习得顺序：义项 1→义项 3→义项 5→义项 2→义项 4。

然后对问卷调查测试题的答题结果，以及暨南大学泰国留学生书面语语料库中“给”的相关语料进行偏误收集、识别、描述、解释、评估，归纳偏误类型，分析偏误原因，找出纠正偏误的方法，并结合泰语母语学习者的特点（包括泰语的用法以及文化差异）拟定出一个适合泰国高中汉语专业学生“给”的习得顺序，即“给”的基础知识和5个义项不分先后一起习得。

最后以拟定的习得顺序为指导制定教学方案进行教学实践，在教学反馈中验证其可行性。

关键词：泰国学生；汉语教学；“给”；习得顺序；偏误分析

ABSTRACT

"Gei" has a long history in Chinese language, it's part of speech is very active, has been the focus of research in the field of teaching Chinese as a foreign language. Chinese teaching in Thailand, "gei" is an important knowledge point for Thai Chinese learners to master in the elementary and intermediate stage. It is a highly frequent word appeared in Chinese college entrance examination (PAT7.4) and HSK elementary and intermediate exams in Thailand, and also is a very key and difficult point in Chinese teaching of high schools in Thailand.

This paper through the collection, screening, analysis and classification of relevant corpus database from Thailand high school syllabus, Thai oversea students written language corpus database of Ji Nan university, Thailand Chinese college entrance examination (PAT7.4) and teaching books of Chinese major of high school in Thailand Ratchaborikanukroh middle school. Which found that the students of Chinese major in high school of Thailand, the acquisition of content of "gei" includes basic knowledge of sound, form, meaning and grammatical aspects of the five points:

1. A verb, it indicates give, to make someone to get something or encounter. Sentence structure: "gei"+ NP.
2. A verb, double objects construction: "gei"+NP₁+NP₂, it indicates "gei", it expresses to make someone to get something or encounter.
3. A verb, it indicates order, it expresses to order someone do something or allow someone do kind of action. Sentence structure: "gei"+pivotal+V+NP, it is different with "rang", "jiao".
4. A preposition, with the meaning of "for", "replace", "help", introduces the behavior of action or beneficiary. Sentence structure: "gei"+NP₁+V+ (NP₂).
5. A preposition, it indicates hand in, deliver. Sentence structure: V+ (NP₂) + "gei"+NP₁ or V+ "gei"+NP₁+ (NP₂).

By means of questionnaire survey, and using the standard of average accuracy, the students of high school of Chinese major in Ratchaborikanukroh middle school as a case

which is the actual acquisition order of “gei” are: item1 → item3 → item5 → item2 → item4.

And then the answer results of a questionnaire test, and by the Thai oversea students written language corpus database of Ji Nan university, “gei” with relevant written language corpus database are errors collection, identification, description, explanation, evaluation, inductive bias types, this paper analyzes the reasons of errors, find out the method of correcting errors, and according to the characteristics of the Thai language learners (including the use of the Thai language and cultural differences) to draw up a suited to students of Chinese major of high school in Thailand with order of acquisition of “gei”, it means basic knowledge of “gei” and five items in no particular order.

Finally, the proposed acquisition sequence is taken as the guide to make teaching plans for teaching practice, and its feasibility is verified in the teaching feedback.

Keywords: Thai students, Chinese language teaching, “gei”, Acquisition order, Error analysis

绪论

一、选题的背景及研究意义

(一) 研究背景

“全世界都在学中国话，孔夫子的话越来越国际化。”笔者一直在思考一个问题：为什么那么多外国人热衷于学习汉语？在泰国十三年的从教历程中笔者渐渐发现：原因一是中国国力的强势崛起；二是中国人口总数居世界首位，华人遍布世界各地、各行各业；而为数众多的泰国人选择学习汉语的一个决定因素是对泰语母语者而言汉语较其它语言更容易掌握。那为什么不是泰国华人占据着巨额百分比的原因呢？很简单，这里的华侨或者老一辈的华人基本都不说普通话，而且最关键的是他们也不给后代传授汉语知识，大部分华裔只会说一些变了味的潮州话。最后一个原因听起来有些难以置信，下面笔者将给予说明。为了研究生的毕业论文查阅大量文献资料必不可少，大部分和泰国汉语教学相关的文章开篇都有提及：“汉语和泰语同属汉藏语系，但泰语又分属于侗傣语族”。以此来说明汉泰语的异同。对此我不得不承认自己对语言学理论了解的浅薄。但以个人的教学和学习经验，本人对汉泰语也有一些个人的看法。相同点：首先汉语拼音和泰语基本相同，无论是声母、韵母、声调的发音的相似程度都超过了泰国初中等教育中普及的其他语种（泰国高考中的七门语言包括：法语、德语、日语、汉语、阿拉伯语、韩语、巴利语）；其次汉语和泰语都属于主谓宾语序，各个词性的用法也很接近；而且最重要的是中泰两国都身处亚洲文化圈，我们在对词义的理解和运用上都很相似，汉语中的大多数成语、俗语、甚至是一些粗俗的用语都可以在泰语中找到与其对应的文字，这是非常不容易的。不同点：语序上泰语的大部分修饰词位于中心语之后与汉语的顺序相反（但也不是绝对的），还有就是泰语用词数量较少，一



词多义的情况较多，而中文用词丰富，极具感情色彩的变化。共同点的比重远远超出了相异之处。泰国学生在学习汉语时总是觉得汉语学起来并不简单，但为何明明中文的考题更难却比其他语言类的课程得分更高的原因正是如此。这也是他们不敢说中文简单，但又能学得更好的原因。从易到难，由浅入深，先同后异，这是教师行业的入门守则。笔者在执教生涯中常用一些简单而且与母语相同的知识点先引发泰国学生学习汉语的兴趣，让他们觉得汉语不仅值得学而且容易学，并在短时间内（一个月左右），让汉语占据他们的大脑皮层，不管什么都想用汉语表达，也能自己简单地表达，慢慢再阶段性地、在旧知识的基础上给他们新的难点，当他们学到难点时就已经不觉得那是难点了。“给”这个词无论是在汉语还是在泰语中都有易有难：既有简单易用的动词词性又有让泰国高中生惧怕的介词词性；而且“给”及其泰语翻译“ให้ (hai)” “แก้ (kai)” 在用法上既有极其相似又有大相径庭的一面。这对一个泰国汉语教师来说极具研究价值。再者，研究资料时发现很多学者都偏向于介词“给”的偏误研究，笔者个人认为对于泰国学生而言，单独学习介词“给”十分困难，偏误产生的原因也比比皆是，母语负迁移、中介语泛化等等都有据可依，但如果我们安排好习得顺序，当学到了介词“给”这一高难度时，难题也可迎刃而解了。

除此之外，还有一个很重要的研究缘由，出自于个人愿望和私心：作为泰国汉语教学初始者第一次上课就被一个学生的语法问题（“给”出现在动词前和动词后有什么不同？）给问住了，笔者对此一直耿耿于怀，立志一定要努力完善自己的汉语知识，同时学好泰语，找到一种轻松学汉语的方法，让更多的泰国学生想要学习汉语，并且是本着一份因为汉语值得学、容易学、有兴趣学的初心来学习汉语。因此如何给高中汉语专业班的学生讲清楚“给”的用法就成为了笔者职业生涯中的首要任务。

（二）研究意义

从 1975 年中泰建交以来，泰国的汉语教育事业不断发展，直至今日汉语已经在泰国的初中等教育甚至是高等教育中得到普及。泰国学生从幼儿园就已经开始正式学习汉语了，但真正意义上地有系统地全面地学习汉语还要从高中算起。因此高中阶段的汉语学习是泰国学生习得汉语的初级阶段。字、词是构成句子的基本单位，对于没有自然语言环境的泰国高中生而言，汉字、词汇在以汉语作为第二语言习得的初级阶段占据着重要的地位。北京语言大学教授刘珣曾说：“对外汉语词汇教学的任务是根据教学大纲的要求，在有关汉语词汇知识的指导下，掌握一定数量的汉语词汇的音、义、形和基本用法，培养在语言交际中对词汇的正确理解和表达能力。”（刘珣，2000：360）在泰汉语教师的长期任职中，笔者发现“给”不仅是泰国汉语高考试题（PAT7.4）和 HSK 初中级考试中的高频词汇，更是泰国高中汉语教学内容中的重点和难点。因此根据泰国高中汉语教学大纲选取“给”的相关内容，制定一个完善的习得顺序，为高级阶段的汉语学习打下坚实的基础具有深远意义。

二、研究综述

(一) 泰国汉语教学方面“给”的研究

“给”一直是对外汉语教学领域的研究重点，随着汉语学习在泰国的升温，学者们在泰国汉语教学与习得方面的研究硕果累累。但对泰国汉语教学中“给”的研究却捉襟见肘，近十年间才颇有成就。卢桂枝（2011）《汉语给与泰语 给 的对比研究》运用对比研究法在对比语言学理论的指导下对比了“给”和“ให้ (hai)”语义、词性和语法功能方面的异同。然而论文中泰语方面的语料文献过少，说服力不足，而且欠缺对“给”与“ให้ (hai)”语用价值的深入研究。同年秀莲（2011）在《泰国学生汉语日常易混介词习得研究》中从易混介词“跟”、“给”、“对”、“向”之间的语义交叉情况、泰国学生的习得情况以及偏误结果三个方面进行具体分析并针对泰国学生在易混介词的习得过程中遇到的问题设计了具体的教学方案。秀莲建议“注重语义教学”，从这些易混介词的语义出发来解决偏误问题，笔者不是很赞同这一观点，泰国学生身处母语环境，如若强调语义，想要使其辨认和使用易混的词非常困难，本人更偏向“注重语用教学”。陈尊严（2013）《汉泰祈使句中“给我”与“haichan”的对比分析》从“给我”与“haichan”的语气、语义出发对比了有“给我”的汉泰祈使句，笔者认为语气对比有些不切实际，由于人的习惯不同而导致在同一语境，甚至同一语义下的语气都可能大不相同，有时也无需翻译，所以很难讲清楚语气上的异同。王素旺（2013）《泰国学生使用汉语介词“给”短语的偏误分析》搜集调查了泰国易三仓大二中文专业的学生介词短语“给”的偏误并对其产生原因进行分析后给出了解决方案。论文中的问卷调查分析不够深入，偏误类型不够全面，也没有提及语篇偏误。2016 年王东芳（2016）《亚洲四国留学生使役义“给”字句的偏误分析》对北语 HSK 动态作文语料库日、韩、越、泰四国留学生使役义“给”进行了偏误分析。CHAYAKARN（2016）《泰国中级汉语水平学生“给”、“使”、“让”字句的偏误分析及教学建议》中建议应在教学中清楚地区分介词和动词以及“给”、“使”、“让”的词性、语义、和用法。2017 年闫旭洋（2017）《泰国学生汉语“给、让”的习得研究》提出了在教学中对汉泰语言进行对比以及完善教材编写和使用的建议。温艳楠（2018）《泰国学生习得介词“给”的偏误》提出了以下三个方面的解决方案：对学生的教学要因材施教并对其进行对比，预防学生发生偏误；学生应在习得过程中掌握介词“给”的基本知识认清泰语母语负迁移的干扰；教材的编写应尽早让学生接触到介词“给”的相关语法内容和练习。建议都很好，但还应该在教学实践中对其效度进行考察。

(二) “给”的习得顺序研究

笔者通过查阅大量相关文献发现，大多数学者一直以来都把研究重点放在了“给”的偏误分析以及提出教学建议之上，介词“给”的习得研究也不乏其文。但“给”的习得顺序研究笔者只找到了一篇——凌丹（2017）的《基于语料库的留学生介词“给”习得顺序研究》利用横向的调

查法分析研究了暨南大学华文学院语料库中不同水平留学生对介词“给”的使用率、准确率以及产生的偏误，得出了留学生“介词”给的习得顺序，并对其提出了相应措施。论文的语料来源仅限于语料库中留学生的书面用语，缺乏一定的实效性，提出的措施也没有得到实施证明。

三、研究目的、方法、 内容和创新性

（一）研究的目的

1. 划分泰国汉语教学高中阶段“给”的习得范围及内容；
2. 发现泰国高中阶段汉语专业学生“给”的习得顺序；
3. 针对学生“给”的偏误和高中阶段的教学内容拟定出适合泰国汉语高中阶段的习得顺序；
4. 根据拟定的习得顺序设计教学方案。

（二）研究的方法

1. 采用数据统计与分析的方法：对泰国高中汉语教学大纲、暨南大学泰国留学生书面语语料库、泰国高考汉语科目（PAT 7.4）以及对泰国叻武里嘉中学高中阶段汉语专业教学用书中“给”的相关语料进行考察，以此界定泰国高中汉语专业学生“给”的习得内容。
2. 根据“给”习得内容设计考题和问卷：对叻武里嘉中学高中汉语专业班的学生及老师用问卷调查法进行语料收集。
3. 采用对比分析的方法：对不同阶段学生问卷调查的结果进行比较，辅助发现学生对“给”的习得顺序；在设计教学方案中“给”的汉泰对比；以及对拟定的习得顺序和教学设计进行教学实践前后的问卷结果做出对比分析。
4. 分析学生答题的偏误情况：是发现学生现有习得顺序的主要途径，也是设计适合泰国高中汉语专业学生的习得顺序和教学方案的主要依据。

（三）研究的主要内容

“给”这个 HSK 中的二级词汇，长期以来都被视为汉语作为第二语言习得和教学中的重点与难点，“给”的词性非常活跃，语义随着历史的演变而复杂，再加上语法化历程，成为了学界前人热议的对象。但过往的大多数文献都重在对“给”的本体研究，对外汉语界的学者大都致力于研究高难度的介词“给”的偏误。笔者选取泰国汉语教学中“给”在高中阶段的教学内容为研究对象，从“给”的音、义、形及其语用方面入手，为泰国汉语专业的高中生量身定做“给”的习得顺序并以此设计出相应的教学方案。旨在为泰国高中汉语专业学生解决学习中与“给”相关的难题，提高他们在汉语学习初中级阶段的效率，培养汉语学习的兴趣，为今后深入地学习汉语铺平道路，吸引更多的泰国高中生学习汉语。

(四) 论文研究的创新性

在以往文献中，“给”的相关研究多不胜数，对外汉语教学中的研究也比比皆是，但“给”关于习得顺序方面的探究，笔者在查阅资料过程中只找到了一篇针对“给”作为介词的习得顺序的研究。本论文研究的创新性在于选取泰国汉语教学高中阶段“给”的习得内容，有针对性的从音、义、形及语用方面进行全方位的分析研究，拟定一个适合泰国高中汉语专业学生“给”的习得顺序和教学方案并对其进行教学实践，依据教学实践前后的问卷调查结果来验证其可行性。

四、调查泰国学生“给”的习得情况

(一) 语料调查

我们从泰国高中汉语教学大纲、暨南大学泰国留学生书面语语料库、泰国高考汉语科目（PAT7.4）试题、叻武里嘉中学高中汉语专业教学用书四个渠道搜集其中与“给”相关的内容，进行归纳总结，最终划定了泰国汉语教学高中阶段“给”的习得内容包括音、形、译的基础知识和语法方面的 5 个义项：

1. 动词，表给予，表示使对方得到某些东西或某种遭遇。句式：给+NP；
2. 动词，双宾语句：给+NP₁+NP₂，表给予，表示使对方得到某些东西或某种遭遇。；
3. 动词，表使令义，表示使对方做某件事或容许对方做某种动作。句式：给+兼语+ V + NP，与“让”、“叫”相区别。
4. 介词，含有“为（wèi）”、“替”、“帮”的意思，引进动作行为的对象或受益者。句式：给+ NP₁+ V+（NP₂）；
5. 介词，表交于、交付。句式：V+（NP₂）+给+ NP₁或者 V+给+ NP₁+（NP₂）

在下文的阐述中如有提及此本分内容，均以义项 1、义项 2、义项 3、义项 4、义项 5 进行表述。

(二) 问卷调查

Corder(1977) 试图从横向和纵向两个方面来描述中介语。横向上中介语指的是学习者在特点的某一时点构建的语言系统；纵向上中介语指的是学习者所经历的不同的习得发展过程。（温晓虹，2012：4）因为时间和调查条件允许我们采用横向调查法分别对叻武里嘉中学高中汉语专业高一、高二、高三年级学生“给”的习得情况进行调查。

此次问卷调查的对象是叻武里嘉中学高中汉语专业班的全体学生，以及负责汉语教学的 4 位汉语教师，两位中国籍，两位泰国籍。高中三个年级各年级仅开设一个汉语专业班，高一年级 43 人，高二年级 44 人，高三年级 40 人，共 127 人，（最终收回有效问卷 121 份）每个班由一位汉语教师专门负责，每个学生学习汉语总时长为三个学年，综合课每周均为 6 个学时。

1. 老师问卷调查的结果

四位汉语教师的年龄都在 27 岁以上、在泰时间不低于 6 年、当任汉语教师不低于两年，在叻武里嘉中学任教时间最短的 1 年，最长达 15 年之久。其中三位老师分别负责教授高中汉语专业的三个年级，并分别在高一下学期、高二上学期和高三上学期的汉语教学中教授过“给”。他们使用的综合课教材同为《汉语教程》，也都一致认为该教材适合泰国高中汉语专业的学生使用。四位老师以 100% 的概率认为：“给”的泰语翻译是 ให้ (hai)；“给”在汉语和泰语中均为日常用词；高中阶段对“给”的教学仅限于它的动词和介词两种词性；学生“给”的习得顺序应该是先动词后介词；学生均不擅于运用“给”一词；不擅于运用的原因是介词的语法过于复杂。

2. 学生问卷主观题部分的调查结果

(1) 叻武里嘉中学汉语专业学生从高一下学期开始学习“给”的相关知识。

(2) “给”的基础知识习得顺序：我们用答对的学生人数除以总人数可以分别计算出三个年级各相关内容的正确率以及总的正确率，正确率越高说明习得难度越低，越容易习得，以此得出各个年级以及三个年级总的习得顺序。

“给”的基础知识	高一正确率	高二正确率	高三正确率	总正确率
“给”的拼音	100%	94.74%	100%	98.34%
“给”的字体结构	88.37%	94.74%	100%	94.21%
“给”的部首“纟”	27.9%	39.47%	65%	43.80%
“纟” jiǎosīpáng	0	0	15%	4.96%
写“给”的笔顺	79.06%	84.21%	90%	84.30%
“给”的泰语翻译	93.02%	100%	100%	97.52%

表 1-6 叻武里嘉中学汉语专业学生“给”的基础知识习得情况

从上表中显示的正确率可知：

高一年级习得顺序为：“给”的拼音→“给”的泰语翻译→“给”的字体结构→写“给”的笔顺→“给”的部首“纟”→“纟” jiǎosīpáng；

高二年级习得顺序为：“给”的泰语翻译→“给”的拼音和“给”的字体结构→写“给”的笔顺→“给”的部首“纟”→“纟” jiǎosīpáng；

高三年级习得顺序为：“给”的拼音、“给”的字体结构和“给”的泰语翻译→写“给”的笔顺→“给”的部首“纟”→“纟” jiǎosīpáng；

三个年级总的习得顺序：“给”的拼音→“给”的泰语翻译→“给”的字体结构→写“给”的笔



顺→“给”的部首“纟”→“纟” jiǎosīpáng。

对比四个习得顺序可以看出：“给”的拼音最容易习得，“给”的部首“纟”（jiǎosīpáng）习得难度最高，甚至到了高三还处于 15% 的超低位置，所以“给”的部首这一知识应该给以重视，不仅要教授这个知识，还应该寻找方法让学生记住掌握。以上为上表的纵向分析。横向上来看，学生的习得过程很正常，正确率从高一到高三都是增长趋势。

(3) 95% 以上的学生认为“给”在泰语中常用，说明日常使用频繁，习得价值高，很有研究意义；

(4) 121 个学生当中 95.04% 学过“给”的动词词性，57.02% 学过介词词性，9.09% 学过助词词性。而高三的学生没有人学过助词，说明学过助词的一小部分学生是自学过或是高中以前接触过“给”的助词词性，高中阶段只学过动词和介词两种词性；

(5) 76.86% 的学生认为“给”的习得顺序动词→介词→（助词），这与四位老师的选择基本一致。

3. 学生问卷客观题部分的调查结果

“给”的义项	高一正确率	高二正确率	高三正确率	总正确率
义项 1（一题）	88.37%	100%	100%	95.86%
义项 2（五题）	29.75%	62.11%	60%	49.92%
义项 3（七题）	61.79%	62.78%	72.86%	65.76%
义项 4（十二题）	35.47%	48.46%	44.58%	42.56%
义项 5（十题）	51.63%	57.37%	59%	55.87%

表 1-8 叻武里嘉中学汉语专业学生测试题中“给”的 5 个义项的正确率

4. 叻武里嘉中学高中汉语专业班学生“给”的实际习得顺序

从表 1-8 中的正确率来看，叻武里嘉中学高中汉语专业三个年级“给”的实际习得顺序和总的习得顺序分别为：

高一年级：义项 1→义项 3→义项 5→义项 4→义项 2

高二年级：义项 1→义项 3→义项 2→义项 5→义项 4

高三年级：义项 1→义项 3→义项 2→义项 5→义项 4

三个年级：义项 1→义项 3→义项 5→义项 2→义项 4

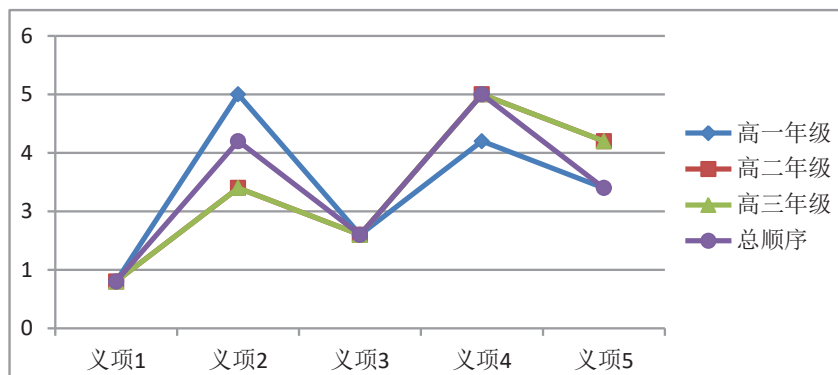


图 1-1 叻武里嘉中学高中汉语专业班学生“给”的实际习得顺序

五、泰国学生“给”的偏误分析

偏误分析(Error Analysis)是对学习者在第二语言习得过程中所产生的偏误进行系统的分析,研究其来源,揭示学习者的中介语体系,从而了解第二语言习得的过程与规律。(刘珣, 2000 : 191)

Corder (1971 年)提出的偏误分析理论把学习者所犯的错误分为两种即偏误(error)和失误(mistake)。偏误是指学习者在过渡性语言能力下由于第二语言掌握不好而出现的有规律的系统性错误,反映了说话者的语言能力和知识。偏误为第二语言习得研究提供了一个窗口,从中我们可以描述、解释中介语的语言现象,学习者的认知机制和在不同阶段的学习过程。失误则是偶然产生的没有规律性的口误或者笔误,它虽不容忽视,但因不能反映说话者的语言能力和知识,所以不再本文讨论的范围之内。

笔者以 Selinker (1972)提出的中介语理论和五项主要的第二语言习得的认知心理过程(语言的迁移、训练所引导的迁移、对语言规则的泛用、第二语言学习策略、第二语言交际策略)为指导,对叻武里嘉中学高中汉语专业学生测试答题结果,以及暨南大学华文学院中介语语料库相关语料进行偏误分析,收集学生的偏误,并统计出偏误类型,对其进行描述、解释、评估,最终说明偏误原因:



“给”的 义项	叻武里嘉中学高中汉语专业学生偏误原因	暨南大学华文学院初中级学习者偏误原因
义项 1	无	母语负迁移
义项 2	母语负迁移、学习者受组句能力的 限制	母语负迁移、中介语泛化
义项 3	母语负迁移、中介语泛化	母语负迁移、中介语泛化
义项 4	母语负迁移、学习者受组句能力的限制和 受语言习得过程的限制	母语负迁移、中介语泛化、学习者受语言 习得过程的限制
义项 5	母语负迁移、中介语泛化、学习者受组句 能力的限制和受语言习得过程的限制	母语负迁移

表 2-1 两个语料来源中“给”的偏误原因

从上表中可以归纳出泰国高中汉语专业学生“给”的偏误原因如下：

（一）母语负迁移（Selinker 提出的第一项主要的第二语言习得的认知心理过程）

就是把母语的语法、语用、习惯套用到目的语的表述中去或是母语直译发生偏误。

（二）中介语泛化（Selinker 提出的第二项主要的第二语言习得的认知心理过程）

中介语是学习第二语言过程中从母语到目的语之间的过渡语。学习者会在过渡语阶段把已经习得的第二语言的语法、语用、习惯运用范围扩大化，套用到尚未习得或是曾经习得过的知识点中而导致的偏误。

（三）学习者受语言习得过程的限制（Clashen, 1984）

在第二语言学习过程中，由于受母语的影响，学习者通常比较容易接受、先习得和母语相同或相近的内容，比较难或晚习得与母语不同的内容，导致偏误形成。特别是同一句母语，但目的语却可以有两种不同的表述，学习者通常会套用先习得的知识，这也是一种变相的中介语泛化。

（四）学习者受组句能力的限制

这个偏误来源仅限于泰语母语者。我们在对泰国学生教学的过程中经常会发现一个现象，即代词或人名一律放到句首作主语，动词必须找到与之搭配的宾语发在其后，其他成分放在句末，基本不考虑句子的语义和句子结构。笔者认为这是受组句能力的限制的原因。

(五) 其他原因

在做偏误分析时，我们发现收集到的语料中出现了为数不多的失误，这些失误有的也可能转化为偏误，但是原因还不清晰，那是因为偏误不仅仅有以上四种来源，还存在着个人因素、教学或学习策略、环境影响以及文化差异等需要长期探究的因素。

六、制定教学方案进行教学实践

以问卷调查统计出的实际习得顺序、语料中偏误原因的分析，以及纠正偏误的方法为依据结合泰语母语学习者的特点（包括泰语的用法以及文化差异）拟定出一个适合泰国高中汉语专业学生“给”的习得顺序，即“给”的基础知识和 5 个义项不分先后一起习得。以此为指导，根据 Comenius 提出的五个教学原则（直观性原则、系统性和循序渐进性原则、激发学生求知欲望原则、巩固性原则、量力性原则）制定教学方案：在一个课时之内一起学完“给”的基础知识和 5 个义项的知识，之后教师进行大量的正面输入，加以巩固，在习得逐步完成的过程中遇到问题解决问题，这样特殊的语用知识也可得到正面反馈。

(一) “给”的基础知识部分的教学方案

1. 有指导性的学前预习：“给”这个词第一次出现是《汉语教程》第一册上第八课的第 17 个生词，汉语专业学生处于高一年级下学期的学习阶段，此阶段的学生已经基本上习得了汉字、词性、拼音等汉语的基础知识。因此可以让学生在课前先用自己的方式记住汉字“给”的写法、结构、部首、拼音、泰语翻译、词性，完成第一次记忆。

2. 在上课时让学生用自己的语言描述记忆中的“给”，这部分教师可以用中文问答的方式进行引导。如：老师：第 17 个词是什么？学生：给。老师：“给”怎么写？学生：绞丝旁，人，一，口。老师：“给”怎么拼读？学生：g→ěi→gěi。（在此教师因对拼音知识稍加复习，声调的摆放位置可以用两句话归纳：a、o、e、i、u、ü 哪个嘴大找哪个；i、u 一起标在后。既生动又好记。）老师：“给”字是什么结构？学生：左右结构。老师：“给”的部首是什么？学生：绞丝旁。老师：怎么翻译？学生：ให้ (hai)。老师：“给”是什么词性？学生：动词。老师：“给”的笔顺怎么写？学生：撇折→撇折→提→撇→捺→横→竖→横折→横。这样做学生会对自己的回答产生自豪感，因是全班同学一起作答，还可以带动不想学习学生的积极性，完成第二次记忆。同时老师做好板书，学生记录板书，完成第三次记忆。这样短时记忆基本形成。

3. 当教师对“给”的用法进行解释以及讲练例句时学生基本可以自行书写，完成第四次记忆。

4. 布置抄写作业，完成第五次记忆。第四与五次记忆之间会产生一周左右的间隔（原因是要讲完这一课的内容才会布置作业）。长时记忆基本形成。

5. 学习完本课知识后间隔一周左右会有单元测试，其中听写音节和默写课文部分将让学生再次回忆“给”的基础知识的内容，长时记忆完成。

在教泰国高中生汉语时，我们发现每个学生最惧怕的就是汉字，记不住，写和认都是大问题，很容易产生石化现象（Nemser, 1971）。汉字教学也是汉语教师需要解决的难题，如何才能让学生想学，并且学会？笔者受认知心理学（Piaget, 1973）的启发，想到一个解决问题的方法：先让学生看一个动画片叫《三十六个字》，在老师的指导下，学生可以在十分钟内记住很多汉字，学习汉字的信心和兴趣都会有所提升。对于初级阶段的学生，教师可以采用拆解法，把汉字的各个部件拆开，再按照汉字的意思加上想象编一个简短的故事，重新把汉字组合起来。比如“给”拆开所有的零件按照其愿意“给予”，想象为“一口人拿丝绸送给别人”再次组合为“给”，这个想法来源于象形文字的造字法。这样枯燥的汉字学习变得有趣了，也容易记住了。

（二）“给”的五个义项的教学方案

“给”的五个义项的讲解笔者建议与基础知识一起在一个课时内完成，但是在讲解过程中还是有有一个先后顺序的。这个顺序我们参照了问卷调查结果中学生的实际习得顺序，最终认为高二、高三年级的习得顺序比较合理，即义项 1→义项 3→义项 2→义项 5→义项 4。

1. ให้ (hai) 在泰语中最常用的就是动词词性，当 ให้ (hai) 作动词时汉语可译为“给”、“让（叫）”。表示 ให้ของ (haikhong) 时用“给”，表示 ทำให้ (thamhai) 时用“让（叫）”。

2. “给”（动词）译为 ให้ (hai) 时的特殊用法，双宾语句。两个方法：公式法“给”+กรรมคน (kamkhon)+กรรมของ (kamkhong)；借助英语：Give you money。间接宾语和直接宾语的语法学生难以理解、使用，用公式很快就可以看出和母语的区别，且便于记忆，用已经熟练的和汉语语用相同的英语知识进行辅助，也可事半功倍。

3. “给”、“让（叫）”同为动词时还有一个相同的意思就是使令义，泰语译为 ให้ทำ (haitham)，其中“给”有一个可区别于“让（叫）”的特点，即除使令义外句子兼具给予义或容许义时才能使用“给”，而“让（叫）”可通用。

4. 泰语母语学习者时常分不清楚动词和介词的区别，而且不仅是汉语学习，英语甚至是母语中的介词也都很难掌握。抓住学生心理，用一句话解决问题，即介词短语在句子中是用来帮助谓语的。然后进行解释：介词不能单用，后面必须跟名词性词组，合成一个整体即介词短语；“帮助谓语动词”说明句中必须有一个相应的谓语，同时说明介词短语在句中有两个可能出现的位置，即谓语前面和后面。这样可以为介词“给”的学习打好基础。

5. 通过上面的铺垫给出公式，及其使用条件。“给”（介词）+动作行为的对象/受益者（名词性词组）=介词短语“给”；当“给”表示 ให้ของ (haikhong) 时，公式为：谓语+宾语+介词短语“给”（考虑到泰语母语的习惯，先讲此公式可以借助母语正迁移快速习得），当“给”表示 ช่วย (chuai)、แทน (than)、for 时，公式为：介词短语“给”+谓语+宾语（此公式容易受母语负迁移影响发生偏误，应该多次复习，勤加操练）。不建议讲解“谓语+介词短语‘给’+宾语”，这种用法包含了语用习惯，而且不通用，解释不清楚容易误解，可以让学生熟练一般用法之后教

师再进行大量正面输入来刺激普遍语法。

讲解语法知识时教师应该先了解学生的母语习惯，以及第一语言与第二语言之间的文化差异，以学生为中心，因材施教。解释语法原理，学生听不懂，也用不来，我们要善用技巧、讲究方法，借助其他学科学生已经掌握或擅长的知识进行教学。还可以配合一些活动，让枯燥的课堂教学变得生动有趣，调动学生学习的积极性。

七、教学实践后的问卷反馈

我们把制定好的教学方案运用于教学实践，以叻武里嘉中学高中汉语专业三个年级的学生为教学对象实施教学，之后以问卷调查的方式完成反馈，问卷内容与第一次学生问卷调查中的测试题相同，问卷方式为当堂测试。高一 43 人、高二 44 人、高三 40 人，共发放问卷 127 份，收回有效问卷 127 份。数据统计后的结果如下：

“给”的义项	高一正确率	高二正确率	高三正确率	总正确率
义项 1（一题）	100%	100%	95%	98.43%
义项 2（五题）	64.65%	60%	75%	66.30%
义项 3（七题）	82.06%	63.64%	87.14%	77.28%
义项 4（十二题）	46.12%	78.41%	58.33%	61.15%
义项 5（十题）	57.44%	85.45%	75.5%	72.83%

表 3-2 叻武里嘉中学汉语专业教学实践后测试题中“给”的 5 个义项的正确率

八、验证教学方案的可行性

对比教学实践前后的问卷结果，即对比表格 1-8 和 3-2 叻武里嘉中学汉语专业学生测试题中“给”的 5 个义项的正确率，验证我们制定的教学方案在教学中是否可行，进行教学实践后的正确率升高代表可行。

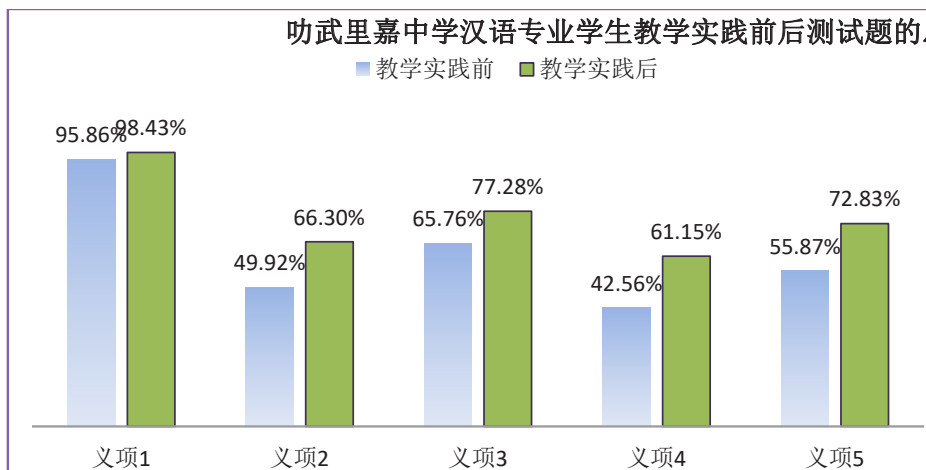


图 3-1 叻武里嘉中学汉语专业学生教学实践前后测试题的总正确率

经过对比发现只有高三年级义项 1 的正确率下降了 5%，高二年级义项 2 的正确率下降了 2.11%，其余各年级各义项的正确率均明显升高，总正确率（如上图）也都是上升趋势。总体上验证了我们的教学方案可行。

结论

“给”是 HSK 二级词汇，是现代汉语中的常用词，它的泰语翻译“ให้ (hai)”在泰语中的日常使用率也很高。“给”的语法语用知识是泰国高中汉语专业学生学习的重点和难点。学界对“给”的研究大多偏向于介词和偏误分析。本文以叻武里嘉中学高中汉语专业学生为例，选取泰国汉语教学高中阶段“给”的习得内容，有针对性的从音、义、形及语法、语用方面进行全方位的分析研究，拟定了一个适合泰国高中汉语专业学生“给”的习得顺序和教学方案。我们把制定好的教学方案运用于教学实践，以问卷调查的方式完成反馈。通过对教学实践前后问卷结果统计数据的对比，证明了我们的习得顺序和教学方案可行。希望我们的研究成果可以帮助泰国高中汉语专业学生完成“给”的习得，帮助泰国汉语教师推进“给”的教学。

因为时间的关系，我们的调查由纵向改为了横向，调查对象为高中汉语专业高一到高三年级的学生，他们来自于不同的汉语学习阶段，再加上个人差异、汉语教师、教学策略、学习方法、学习环境等因素的不同，给我们调查带来很多不便，调查数据偶尔也会出现些许偏差，但最终的大数据还是强有力的证明研究结果是成功的。

希望有机会在这次研究的基础上进行延申，把调查对象锁定为泰国高中汉语专业一年级的学生，用三年的时间，进行一次深入详细地纵向调查，再次证明我们拟定的习得顺序和教学方案的可行性。

参考文献

- 王东芳.《亚洲四国留学生使役义“给”字句的偏误分析》[D]. 山西大学, 2016.
- 王素旺.《泰国学生使用汉语介词“给”短语的偏误分析——以泰国易三仓大学中文专业二年级学生为例》[D]. 广西民族大学, 2013.
- 卢桂枝.《汉语给与泰语 ให้ 的对比研究》[D]. 暨南大学, 2011.
- 刘珣.《对外汉语教育学引论》[M]. 北京: 北京语言大学出版社, 2000.
- 闫旭洋.《泰国学生汉语“给、让”的习得研究》[D]. 云南大学, 2017.
- 秀莲.《泰国学生汉语日常易混介词习得研究》[D]. 黑龙江大学, 2011.
- 陈尊严.《汉泰祈使句中“给我”与“haichan”的对比分析》[J]. 民族翻译, 2013 (3)
- 凌丹.《基于语料库的留学生介词“给”习得顺序研究》[J]. 湖州师范学院学报, 2017 (7).
- 温艳楠.《泰国学生习得介词“给”的偏误》[D]. 云南师范大学, 2018.
- 温晓虹(美).《汉语作为第二语言的习得与教学》[M]. 北京: 北京大学出版社, 2012.
- CHAYAKARN.《泰国中级汉语水平学生“给”、“使”、“让”字句的偏误分析及教学建议》[D]. 重庆大学, 2016.

	Name and Surname (姓名): HE FANG
	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): Teaching Chinese
	Address (地址): 87/58 Kraipetch Road. Na-muang sub-district, Muang District, Ratchaburi Province, 70000



翻转课堂在高校茶文化英语教学中的应用研究*

THE APPLICATION OF FLIPPED CLASSROOM IN ENGLISH TEACHING ON TEA CULTURE IN COLLEGES

陆凯

LU KAI

广西民族大学、相思湖学院、广西，南宁

Xiangsihu College of Guangxi University for Nationalities, Nanning, Guangxi, P.R.China

E-mail: 819142627@qq.com

Received: 10 April 2020 / Revised: 23 May 2020 / Accepted: 26 May 2020

摘要

跨文化交际能力是高校学生必须具备的能力之一，高校应大力开展跨文化教学，其中茶文化英语教学是一个重要方面。但目前高校茶文化英语教学质量不容乐观。新兴的翻转课堂是值得尝试的一种教学模式。文章首先阐述了中西茶文化的差异，接着介绍了翻转课堂这一新兴的教学模式在英语教学中的作用，最后在此基础上提出将翻转课堂应用于高校茶文化英语教学的方法，希望本文的研究能对提高高校茶文化英语教学质量有所帮助。

关键词：翻转课堂，茶文化，英语教学

ABSTRACT

The ability of cross-cultural communication is one of the abilities that college students must have. And colleges should vigorously carry out cross-cultural teaching, in which teaching English on tea culture is an important aspect. But at present, the quality of English teaching on tea culture in colleges does not seem to be satisfactory. The new teaching mode of flipped classroom is worth trying. This paper first expounds the differences between Chinese and Western tea cultures, then introduces the role of flipped classroom, a new teaching mode, in English teaching, and finally puts forward the methods of applying flipped

* 本文系 2017 年度广西高校中青年教师基础能力提升项目“大数据时代地方高校外语教师信息素养提升研究”（课题编号：2017KY1332）阶段性成果

classroom to English teaching on tea culture in colleges. It is hoped that this paper can contribute to improving the quality of teaching English on tea culture in colleges.

Key words: flipped classroom, tea culture, English teaching

在国际化的大趋势下，中国与世界各国的交流日益频繁，尤其是与西方国家的交流占据重要地位。在跨文化交际中，我们必须注意不同国家间的文化差异，否则就会遇到交际障碍并造成交际冲突。中国文化与西方文化两者之间存在诸多差异，尤其是在茶文化方面，双方的差异尤为明显。中国高校学生应通过学习中西方文化差异培养自身的跨文化交际能力，具有鲜明差异的中西茶文化是一个很好的切入点。但目前中国高校中的茶文化英语教学存在诸多问题，表现在教师的教学方法传统落后，学生的学习积极性和自主性不高等方面。翻转课堂是一种新兴、先进的教学模式，有助于学生提高学习英语的积极性与自主性，有助于英语教师转变课堂角色与定位，并有助于英语教学资源加速丰富与完善。英语教师可以尝试将这种教学模式应用到高校茶文化英语教学之中。

1 中西茶文化差异

1.1 品饮方式

中西方在茶的品饮上存在诸多差异。首先是在茶的选择上，虽然中国作为产茶大国生产种类多样的茶叶品类，如红茶、绿茶、黄茶、黑茶、白茶、青茶等，但中国人大多选择品饮绿茶，这种传统延续了几千年。其次是饮茶方法，除了一些少数民族喜欢用“混饮”的方式，大部分中国人喜欢“清饮”，即直接用沸水冲泡茶叶，不添加任何其他食材或辅料。再次是在泡茶的水、烧水的火和盛茶的茶具上，中国人有较高要求，要选用新鲜木炭烧出活火，用山泉活水煮沸，再用能够保留茶叶原本色、香、味的紫砂茶具装盛。最后是在饮茶的环境上，中国人往往选择安静清幽的环境，以梅、兰、竹、菊等植物环绕更佳。“中国对茶的品饮方式可以总结为：原味静饮。”（杜伟华、张静，2017（7）：200-201）

西方国家选择的茶的品种则是红茶。虽然西方国家最早品饮的是绿茶，但是因为西方国家大多近海，气候偏寒，而绿茶性质偏凉，不宜长期饮用。而红茶性质温和，且更容易保存，因此红茶更受西方国家人民的喜爱。在饮茶方法上，西方国家更钟意“混饮”，即添加一些食材或辅料，如奶、糖、蜂蜜、胡椒、威士忌、黄油等，将茶调制成适合不同人群口味的特色饮品。另外，西方人为了适应快节奏的生活习惯，还发明出袋泡茶，一小包茶叶基本上是普通水杯一杯的量，冲上热水就是一杯茶。还有美国人发明的冰茶也很方便快捷，将一大桶茶买回去放在冰箱里，想喝茶时倒出适量茶水就可以饮用，省去了很多泡茶的步骤。西方人对茶的品饮方式可以总结为：混搭方便。

1.2 饮茶礼仪

对中国人来说，饮茶礼仪与待人接物的礼仪一样受到重视。每逢有客人到家里做客，为了对客人表达欢迎之情与尊敬之意，主人必定会为客人沏上一杯热茶；在中国传统婚礼之中，必然要进行的一道仪式是新郎新娘向双方父母敬茶，以表达对父母的敬爱与感激之情；在中国传统拜师礼中，徒弟必须要向师傅敬茶，以表达对师傅的敬仰，并感谢师傅的传授之恩；直至现代，茶在很多重大礼仪场合都会出现，以表示对宾客的欢迎与尊重。“可以说，饮茶在中国的任何礼仪场合都会出现，并且它已经普及到寻常百姓家，成为人们日常生活不可或缺的一部分，人们可以随时随地根据自己的喜好来选择是否饮茶。”与中国人相比，“西方人不见得将饮茶引入各项人生仪式，但有着严格的饮茶礼仪，特别是英国人，”（闫虹，2016（8）：307-308）他们对饮茶的时间、内容和规范等都有严格的要求，遵循不同的礼仪。早晨起床时是“早茶”，通常是红茶搭配牛奶、点心等，用以暖身活血。上午十一点左右是“上午茶”，以提神醒脑的绿茶为主。下午四点左右则是世界闻名的“下午茶”，以自由混搭的红茶配以精致的点心、水果、肉脯等，而且要求衣着得体、举止端庄、谈吐优雅。七点左右是“晚餐茶”，用以佐餐辅食。晚上睡觉前则是“晚安茶”，用以舒缓身心，助人以轻松的心态入眠。

1.3 茶道精神

在博大精深的中国茶文化中，茶道精神是核心，亦是灵魂，它发端于中华民族五千年的传统文化智慧，同时亦是茶人追求高雅精神境界的彰显。中国茶道以儒、释、道文化为生长土壤，承载着华夏精神文明和哲学理念，是对中华文明的传承和对古典哲学的升华。通过饮茶，人们可以领略博大精深的中国文化之美，品味儒家的人生境界、佛家的禅悟境界、道家的自然境界，感悟跌宕起伏的人生。

中国茶道精神蕴含对精神层面的追求，和我国茶道精神比起来，西方国家的茶道含义没有那么丰富多变，但对茶道的形式则更为重视。西方人非常讲究饮茶的形式，他们营造舒适优雅的饮茶环境，选用上乘的茶叶、精美的茶具、精致的点心，穿上华丽优雅的服装，用以展现自己的生活品味与审美格调。西方人的茶道精神以积极、健康、高贵、优雅为核心思想。他们更倾向于现实生活的享受，通过饮茶活动体现健康、积极的生活理念，提升自身品味及修养，形成高雅的生活气质。

2 翻转课堂及其在英语教学中的作用

翻转课堂（flipped classroom）是指“任课教师基于授课内容的基础上，将课程的重点、难点和部分新知识融合，创建相关教学视频；学生利用课余时间预先通过观看教学视频自主学习新的课程，实现其知识传递的过程；随后学生应根据教学视频自主完成在线测试，进而对新知识进行吸收内化，之后再带着学习过程中的疑问去课堂上参与师生、生生之间的互动交流、合作、共享与讨论，实现其对新知识的完全理解和熟练掌握，从而完成学习的过程。”（张金磊、王颖、张宝辉，2012

(8): 46-51) 翻转课堂近年来成为全球教育界关注的热点, 2011 年还被加拿大《环球邮报》评为“影响课堂教学的重大技术变革”。自此, 世界各国教育界纷纷加入到“翻转课堂”的实践中来。翻转课堂应用于英语教学具有巨大的优势, 可以发挥重要的作用。

2.1 翻转课堂有助于学生提高学习英语的积极性与自主性

首先, 相对于传统课堂教学模式下大量知识以大段文字直接出现的方式, 翻转课堂利用现代信息技术制作的视频以图片、影像呈现知识片段, 更为活泼生动, 更容易引起学生的兴趣, 更能激发学生的学习积极性。而且视频短小精干, 内容紧凑而不冗长, 更为符合人的认知规律, 学生不会由于长时间的专注而精神疲惫。其次, 传统的教学模式是教师在课堂上先进行知识传递, 学生在课下通过完成教师预留的作业等方式来完成知识内化。而翻转课堂教学模式是对传统教学模式的翻转, 学生在课前先观看教学材料, 而课堂上精力集中在完成练习以及与教师及同伴的互动交流上。这就要求必须切实有效地进行自主学习, 这样才能在课堂上与教师及同伴互动。这种倒逼机制促使学生提高学习自主性, 使学生在课堂上与教师和同学的交流互动中高效地完成知识内化, 将知识转化为能力, 真正做到学以致用, 并逐渐摆脱对教师的依赖心理, 自主探究新知识并从内心期待应用英语知识进行熟练表达和交流。

2.2 翻转课堂有助于英语教师转变课堂角色与定位

在“以教师为中心”的传统课堂教学模式中, 教师是知识传递的绝对权威, 在课堂上始终拥有近乎绝对的话语权, 而学生则处于从属地位, 只能被动地接受知识。而在翻转课堂模式下, 学习活动围绕着“以学生为中心”展开。在课前, 教师需要向学生提供必要的资源, 比如相关知识讲解的教学视频, 教学课件, 其他网络资源等等, 以便于学生对所学知识有较充分的了解。当学生需要帮助时, 教师便会向他们提供必要的支持。因此, 教师角色转变为视频资源的设计开发者以及相关教育资源的提供者。在课堂上, 教师与学生用英语互动交流, 解答学生在课前学习中产生的难题与疑惑。教师角色从传统课堂中的知识传授者和课堂管理者转变成为学习指导者和促进者。在课后, 教师布置拓展任务, 对学生完成任务进行批改与评价, 并在课堂上与全部学生分享。教师角色从传统课堂中的批改者转变为学习分享者。教师的定位不再是高高在上的权威地位, 而是和学生处于平等地位, 演变成学生学习中的导师、生活中的朋友。“这种日渐浓厚的师生情谊可以成为学生学习过程中战胜挫折的精神动力”(崔艳辉、王轶, 2014 (11): 116-121), 为学生提供心理和精神上的双重支持与鼓励, 形成“教学相长”良性循环的最佳教学状态。

2.3 翻转课堂有助于英语教学资源加速丰富与完善

目前的英语教学所使用的资源大多依赖于出版社提供的整套课件与视频, 但其中大多数是普通用途英语 (English for General Purpose), 专门用途英语 (English for Special Purpose) 的教学资源或是介绍特定文化知识如茶文化的教学资源相对较少。从内容上看, 传统的教学视频大

多是对课堂实况的简单录制，没有对教学信息进行二次深层加工，容易分散学生的注意力。而翻转课堂需要英语教师研发符合特定文化知识内容的视频，内容更有针对性，而且提供对应的练习。同时教学视频将学习内容碎片化，细化为若干个知识点。从时长上看，传统教学视频一般是以一课时内容作为一个知识单元进行讲授，时长在 45 分钟以上，时间过长，学生难以消化。翻转课堂使用的视频一般为 5-10 分钟，短小精干，可以迅速吸引学生的注意力。教师在长期的教学实践过程中快速丰富并完善英语教学资源，为英语教学的顺利开展提供资源保障。

3 翻转课堂在茶文化英语教学中的应用

中西茶文化之间存在品饮方式、饮茶礼仪及茶道精神等诸多差异，需要教师花很多时间讲解中西茶文化差异方面的知识，教师在课堂上难以操练和检验学习者的跨文化意识和能力。茶文化英语教学更是存在使用外语交流茶文化知识方面的困难，学生在短短的课堂时间内缺少英语技能的操练和英语思维的养成。而翻转课堂的模式恰好可以解决这一问题。在上课前，教师将茶文化主题内容的讲解提前录制成视频给学生自学，给予学生足够的时间理解和消化。在课堂上，教师或指导答疑，或提供模拟场景，给学生一些交际情景进行实际操练，以此来提升学生运用英语表达茶文化知识的能力。在课后，教师给学生布置任务，通过翻阅相关资料、利用互联网查阅等方式深入了解茶文化知识，从而进一步提高学生的跨文化意识与能力。因此，将翻转课堂与茶文化英语教学结合起来具有巨大的优势，可在培养学生的跨文化意识与能力方面发挥重要的作用。翻转课堂基本教学流程见图 1。

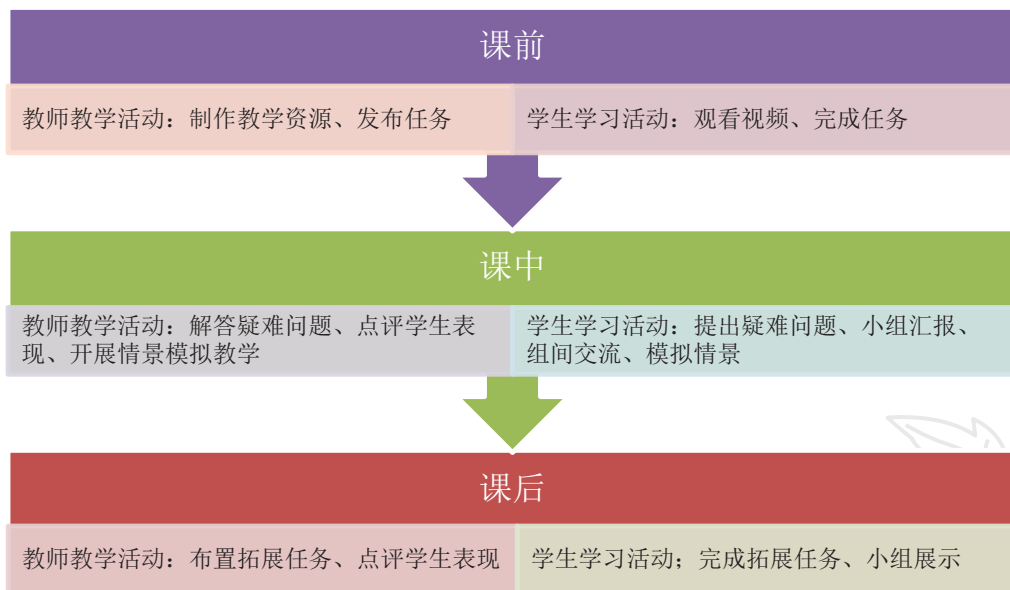


图 1 翻转课堂基本教学流程

以下介绍翻转课堂应用于茶文化英语教学的具体方法。

3.1 课前准备

在传统英语教学模式中，教师很少在上课前有所作为并发挥作用。而在翻转课堂教学模式中，教师在上课前就开始介入学习进程。英语教师首先转变角色，由课前学习活动的旁观者转变为教学资源的开发者及课前教学活动的设计者。教师设定每次教学的教学目标和教学内容，并根据不同的教学内容开发教学资源并设计教学任务。例如在一次教学实践中，教师将设定教学目标为：1) 通过学习中西茶文化的差异增加对中西文化差异的了解；2) 提高跨文化交际能力并提升跨文化意识。教学内容设定为：1) 学习中国茶文化的饮茶礼仪；2) 学习西方茶文化的饮茶礼仪；3) 比较中西茶文化之间饮茶礼仪的差异。教师开发与中西茶文化饮茶礼仪相关的教学资源，首先制作课件，分别列出中国与西方茶文化中不同的饮茶礼仪，同时截取中外影视作品中与饮茶礼仪有关的片段（如“傲慢与偏见”、“唐顿庄园”等以英国十九世纪初为时代背景的影视剧都呈现出英国传统的饮茶礼仪），以超链接的方式接入课件，教师使用屏幕捕捉软件一边播放课件一边录制屏幕播放，并配以语音讲解。同时教师设计课前学习任务，要求学生完成相关任务，如在线答题、就视频内容提出思考问题等。教师在课前将制作完成的教学资源发给学生或上传至网络平台，让学生进行课前准备，学生完成相关任务并记录疑点和难点。多次的教学实践积累下来的茶文化英语视频和课件可以丰富专门用途英语教学资源，成为英语教学网络资源的一部分，学生可利用电脑终端或移动设备随时、随地、随进度地学习。课前发布的教学资源短小精干，内容丰富精彩，可引发学生学习的兴趣，调动学生的积极性。课前教学任务促使学生发挥自主性，按时完成任务。

3.2 课中实践

在传统英语教学模式中，教师以“填鸭式”的教学方式向学生灌输教学内容，学生只能被动、机械地接受知识。而在翻转课堂教学模式中，知识的传递在课前已经完成。在课堂上教师有更多的时间与学生互动交流，解答学生提出的问题，学生也有更多的机会开展语言实践。教师在课堂上转变角色，由知识的灌输者转变为教学活动的组织者、协调者和促进者。英语教师首先检查学生完成自主学习任务情况，统计在线答题的正确率，回答学生的疑难问题。然后学生之间展开互动交流，由各小组向其他小组就视频内容提出英文问题，用英语进行讨论与辩论。最后教师进行课中点评，评价学生自主学习任务完成情况与课堂讨论及辩论情况。教师还可以开展情景模拟教学。例如在一次教学实践中，教师组织学生准备好中西式服装（中式的可选择汉服，西式的可选择燕尾服、宫廷裙等）和中西式茶具，仿照课前准备时观看的饮茶礼仪教学视频，模拟剧中人物的动作和对话，再现视频中的情景。在英语翻转课堂教学模式下，师生互动频繁，课堂气氛活跃，学生学习英语和中西茶文化知识的积极性被充分地调动起来，学生自发地、主动地参与课堂活动，通过语言实践提高语言技能。

3.3 课后拓展

在传统的英语教学模式中，教师一般在课后布置一些简单的或是浅层意义的作业，如抄写单词和词组、背诵课文、做习题等。但是这对于跨文化知识的掌握和跨文化意识的提升是远远不够的，学生还需要深入思考和领会造成跨文化现象的历史文化背景和价值观，否则只是“知其然而不知其所以然”。在翻转课堂教学模式中，教师在课后给学生布置拓展性的任务，并根据学生在完成任务过程中的表现进行评价与分享。这时教师的角色由以考试成绩为依据的终结性评定者转变为以任务过程表现为依据的形成性评价者和分享者。例如在一次教学实践中，英语教师布置任务，要求学生以小组找出造成中西方饮茶礼仪差异的原因并制作成 PPT 在课堂上向全班展示。学生组成任务小组进行团队分工合作，有的组员去图书馆翻阅书籍，有的组员登录中国知网查询相关学术文献，从地域、哲学思想、价值观等方面深入挖掘中西方饮茶礼仪差异的原因，制作成图文并茂的英文 PPT，在课堂上以小组为单位向全班学生和教师用英语展示，并回答其他组学生提出的英文问题。教师对每个小组的表现进行点评，并将其表现纳入平时成绩。有别于死板的背诵、习题等作业，教师布置的拓展性任务激发学生的积极性，吸引学生积极主动地投入完成任务的过程。班级展示的环节自带竞争性，促使任务团队尽可能完美地完成任务以获得教师和同学的好评。学生在搜集和整理资料、制作 PPT 和展示的过程中自然而然地加深了对茶文化知识的印象，操练了语言技能，提升了跨文化交际的能力与意识。

结语

翻转课堂教学模式以学生为中心，注重提高学生的知识与能力，尤其是培养学生的自主能力、交际能力、协作能力以及提高学生的创造性和批判性思维，同时还可以促使英语教师转变课堂角色与定位，并加速英语教学资源丰富与完善的过程。将翻转课堂应用于高校茶文化英语教学，有助于激发学生的学习兴趣、高效内化茶文化英语知识、提高茶文化英语教学质量，帮助学生成长为具有跨文化意识和能力的人才，在国际交往中实现畅通的文化交流。

参考文献

- Brunsell, E. & M. Horejsi. A Flipped Classroom in Action. [M]. Washington: The Science Teacher, 2013.
- Jonathan Bergmann and Aaron Sams. Flip Tour Classroom [M]. America, International Society for Technology in Education, 2012: 21~55.
- Kathleen F. Upside Down and Inside Out: Flip Your Classroom to Improve Student Learning [J]. Learning and Leading with Technology, 2012(6).

Milman, N. B. The Flipped Classroom Strategy: What is it and How Can it Best be Used?

[M]. Greenwich: Distance Learning, 2012.

Sams A. , Bergmann J. Flip Your Students' Learning [J]. Educational Leadership, 2013(3).

万敏. 翻转课堂模式在大学英语教学中的实证研究 [J]. 高教探索, 2016(5) : 69—72.

卢海燕. 基于微课的“翻转课堂”模式在大学英语教学中应用的可行性分析 [J]. 外语电化教学, 2014 (7): 33-36.

闫虹. 从中西茶文化的差异看高校英语教学中的文化教学 [J]. 福建茶叶, 2016 (8): 307-308.

朱宏洁、朱赟. 翻转课堂及其有效实施策略刍议 [J]. 电化教育研究, 2013 (8): 79-83.

李慧琴、袁小明. 试析微课背景下茶文化英语翻转课堂的教学策略 [J]. 福建茶叶, 2018(2):432.

张弓. 中西茶文化差异视阈下大学英语的文化教学探究 [J]. 福建茶叶, 2017 (1): 301-302.

杜伟华, 张静. 从中西茶文化的差异看大学英语教学中的文化教学 [J]. 福建茶叶, 2017(7): 200-201.

张金磊、王颖、张宝辉. 翻转课堂教学模式研究 [J]. 远程教育杂志, 2012(8): 46-51.

胡杰辉、伍忠杰. 基于 MOOC 的大学英语翻转课堂教学模式研究 [J]. 外语电化教学 2014(6):40-44.

崔艳辉、王轶. 翻转课堂及其在大学英语教学中的应用 [J]. 中国电化教育, 2014 (11): 116-121.

	Name and Surname (姓名):
	LU KAI
	Highest Education (最高学历):
	Master of Linguistic
	University or Agency (任职院校或单位):
	Xiangsihu College of Guangxi University for Nationalities
	Field of Expertise (专业领域):
	English teaching and teacher education
	Address (地址):
	No.1 Pengfei Road, Nanning, Guangxi, P.R.China

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 หรือ การโยงความ 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)

การอ้างอิงเอกสารวิทยุ

ในกรณีที่ไม่สามารถหาเอกสารนั้นๆ ได้ ให้ระบุเอกสารวิทยุมาก่อน เว้น 2 ระยะ ตามด้วย
ข้อความ "อ้างอิงจาก" ในภาษาไทย หรือ "citing" ในภาษาต่างประเทศ และตามด้วยเอกสารปฐมภูมิ
(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.//ปีพิมพ์//ชื่อเรื่อง.//ครั้งที่พิมพ์.//สถานที่พิมพ์.//ผู้รับผิดชอบในการพิมพ์.

เชิดชาย เหล่าหล้า. (2529) กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก : การเมือง การเศรษฐกิจ การสังคม และการทหาร.

กรุงเทพมหานคร : แพรวพินทยา.

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) **การศึกษาเชิงวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในนวนิยายของสุวัฒน์ วรดิลก**
ในช่วง พ.ศ. 2492-พ.ศ. 2528. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (ภาษาไทย) กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปรารถนา ปุષปาคม. (2536) **การแสวงหาสารนิเทศของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร**.
วิทยานิพนธ์ อ.ม. (ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์) กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

4. บทความในวารสาร มีรูปแบบดังนี้

ผู้แต่ง.// (เดือนปีที่พิมพ์) // “ชื่อบทความ” // ชื่อวารสาร. // ปีที่หรือเล่มที่. // (ฉบับที่) / หน้า/เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

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

แม่น้ำมัส ชวลิต. (2509) **ประวัติหอสมุดแห่งชาติ**. พระนคร : กรมศิลปากร อ้างอิงจาก สมเด็จพระบรมราชานุภาพ. (2459) **ตำนานหอพระสมุด หอพระมณเฑียรธรรม หอวชิรญาณ หอพุทธศาสนสังคหะ และหอสมุดสำหรับพระนคร**. 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



内容	中文字体	英文字体	段前间距 spacing: before	段后间距 spacing: after	标注
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
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)	10.5 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

莱亚杰，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**n-s**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，

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> สำหรับบทความที่ผ่านการพิจารณาและเกณฑ์การประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิจะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ต่อไป

ค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์บทความ

ค่าพิจารณาบทความในอัตรา 2,000 บาทต่อ 1 บทความ

การชำระค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์บทความ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. ชำระเป็นเงินสดที่กองคลัง อาคารอำนวยการ ชั้น 1 มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (บางพลี)
2. โอนเงินเข้าธนาคารได้ 2 ธนาคาร ดังนี้

2.1 ธนาคารธนชาต ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สาขามหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ บัญชีออมทรัพย์ เลขที่บัญชี 168-2-00999-7

2.2 ธนาคารกสิกรไทย ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สาขานนบางนา-ตราด กม.18 บัญชีออมทรัพย์ เลขที่บัญชี 450-2-05411-8

หมายเหตุ : 1. โปรดเขียนชื่อ-นามสกุล รหัสนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ในใบนำฝากธนาคารให้ชัดเจน 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. ธนาคารธนชาต 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