

泰国短期商务中文学习需求及教材本土化策略

——以邦帕孔商业管理技术学院为例

白晓雨

西安工程大学 陕西西安

【摘要】中泰商务合作的深化催生了本土市场对商务中文复合型人才的需求。本研究来源于笔者在泰国邦帕孔商业管理技术学院为大专学生教授商务中文的经历，在初期遭遇了教学的诸多困境，其问题的核心在于现行商务中文教材难以解决本土场景的直接需求。因此，笔者在系统分析当前学校课程设置，研究学习者需求的基础上，提出一套四维教材本土化策略：在内容上进行模块化与场景真实化重构；在语言上建立汉泰对比的认知友好体系；在文化上推行双向比较的交际导向设计；在形态上构建数字融合的立体资源生态。本研究旨在为破解泰国商务中文短期教学困境提供系统的解决方案，并为国别化中文教材编写提供理论参考与实践路径。

【关键词】商务中文；短期教学；学习特点；教材本土化

【收稿日期】2025 年 10 月 6 日

【出刊日期】2025 年 11 月 8 日

【DOI】10.12208/j.ije.20250403

Thailand's short-term Business Chinese learning needs and textbook localization strategies

—A case study of Bangpakong Business Administration Technological College

Xiaoyu Bai

Xi'an Polytechnic University, Xi'an, Shaanxi

【Abstract】 The deepening of Sino-Thai business cooperation has created an urgent demand for business Chinese-speaking professionals in the local market. This study stems from the author's experience teaching Business Chinese to students at Bangpakong Business Administration Technological College in Thailand. Initially, numerous teaching difficulties were encountered, the core of which lay in the inability of existing Business Chinese textbooks to address the direct needs of local scenarios. Therefore, based on a systematic analysis of current school curricula and a study of learners' needs, this paper proposes a four-dimensional textbook localization strategy: modularization and scenario-based reconstruction in content; the establishment of a cognitively friendly system comparing Chinese and Thai in language; the implementation of a communicative design based on two-way comparison in culture; and the construction of a digitally integrated, three-dimensional resource ecosystem. This research aims to provide a systematic solution to the short-term teaching difficulties of Business Chinese in Thailand and to offer theoretical references and practical pathways for the compilation of country-specific Chinese textbooks.

【Keywords】 Business Chinese; Short-term teaching; Learning characteristics; Textbook localization

1 引言

随着中泰两国经贸往来的持续深入，泰国劳动力市场对语言能力结构提出了新的要求：掌握基础商务中文沟通技能的“中文+”复合型人才，成为众多涉华企业的刚性需求。泰国职业教育体系，作为技能型人才培养的主阵地，在众多院校开设了商务中文课程。然而，旺盛需求下的教学实践还存在重重困境。笔者在邦帕孔商业管理技术学院的教学实践发现，当前商务中文

教学的核心瓶颈在于“教材与学情的系统性脱节”。市场主流的商务中文教材与泰国职业院校学生（多为零基础或初级水平^[1]、学习时间短）的真实需求、认知习惯及本土职场环境严重不符，导致教学陷入“教师难教、学生难学、学难致用”的困境。因此，立足于泰国本土教学视角，深入剖析学生的学习特点，构建一套科学、系统的教材本土化策略，具有迫切的实践价值，也是推动国际中文教育“国别化”发展的关键理论课题。

2 学校简介与课程设置

邦帕孔商业管理技术学院全称为 Bangpakong Business Administration Technological College (以下简称 BBC 学校), 隶属于泰国职业教育委员会, 是一所典型的泰国商业类职业院校。学校位于泰国北柳府, 紧邻首都曼谷, 是连接曼谷与泰国东部沿海工业区 (如春武里、罗勇) 的重要门户。学校周围设有众多城市社区及工业园区, 产业包括纺织、机械维修、食品加工等, 工农业及商贸业较活跃, 也不乏中泰合资企业。

该校设有会计、市场营销和计算机专业; 设置了两种学历证书, 即中专学历和大专学历。学生按照专业和学历来分班, 中文为专业必修课。中专学生年龄在 15-18 岁之间, 第一学期教基础中文, 第二学期教商务中文, 每周一至周三上中文课, 每周约 1-2 课时, 每课时 40-60 分钟, 呈现碎片化的特点; 大专学生年龄跨度较大, 每周日上课, 一次上 3 个课时, 上 4 周结课, 最后一周进行考核 (此为一轮), 一轮结束换下一批学生, 课程有基础交际及商务中文两种类型, 呈现短期集中的特点。

本文主要探讨的是短期集中课程 (大专学生) 的困难及策略, 据调查, 此类型课程在泰国职教委和高教委普遍存在, 且为不少年轻教师造成焦虑与困惑^[2]。

3 教学存在的困难

3.1 教材选择困难

在教学初期, 在教材选择方面遭遇了很大的困难。首先, 现行商务中文教材大多数面向初级或有基础的学习者, 零起点的教材很少, 且注释大多是英文, 教材开头大多没有拼音教学, 许多练习题也没有设置拼音, 会造成该校学生的认读困难。其次, 商务中文教材的编写话题大多是基于来华或中国视角, 而学校大多数学生目前或者将来都难以实现去中国的“梦想”, 他们更接近的是类似于“去中国企业面试”“对接中国客户”的场景。因此, 急需一批面向零基础学生, 基于中泰对比视角的商务中文教材。

3.2 教学内容选择困难

具体表现在教学内容是应该侧重于日常话题的中文, 还是做生意的商务中文, 这也是商务中文教学一直以来难以平衡的问题^[3]。侧重于基础中文, 教学相对容易, 但语言却不够凸显商务特点, 如交通、购物等日常话题; 侧重于商务中文, 学生可能对教材中的话题不感兴趣, 比如商务谈判、商务宴会等。笔者曾在课前向学生展示《体验汉语 (生活篇)》及《体验汉语 (商务篇)》两本教材的目录, 让学生自行选择学习的话题, 学生选

择的几乎都是生活篇中的话题。可见, 即使是商务中文课程, 学生对于日常话题的需求仍然更显著。一方面, 学生的本土背景导致他们很少运用中文, 基于中国视角的商务话题学了用不着; 另一方面, 他们从事的工作大多是普通企业员工, 很少会接触到谈判、宴会这类高端场景。这些学了难以致用的内容学生自然会感到乏味。因此, 商务中文的教学内容应是符合泰国本土学生需求, 符合本土交际语境的。

3.3 学生学习行为影响教学效果

这里的学习行为主要包括迟到、请假的现象。首先, 泰国学生的迟到请假现象非常普遍, 笔者经常碰到这样的情况: 比如 9 点上课, 9:30 来了一个学生, 10 点又来了几个, 11:00 又慢悠悠进来几个, 让我在教学中经常感到无力, 难以推动课堂进度。其次, 泰国学校的考核制度非常松散, 对于大专的要求很低, 只要学生达到一定的出勤次数, 就可以给成绩, 导致学生内心不重视, 会以各种理由请假。这样的行为导致了教学进度难以推进, 一旦缺课就无法衔接内容的教学困境。因此, 前后内容衔接紧密的教材难以适用, 急需一批模块化, 可灵活调整的教材。

4 研究过程及结论

商务中文教育在实践中必须坚持以学习者需求及特点为导向的原则, 以学习者需求分析为前提^[4]。因此, 本土化教材的编写应首先考虑本土学生的学习需求及特点, 从而制定更具针对性的可行性方案。

4.1 研究对象

为了解学生的短期商务中文学习需求及学习特点, 本研究以 BBC 学校 2025 年 9 月 7 日-28 日期间学习商务中文的大专学生为调查对象进行抽样调查。

4.2 研究方法

本文设计了课前需求调查问卷, 于 7 日学习正式教学内容前发放, 教师进行监督, 共收集有效数据 35 份, 数据具有真实性, 可以基本反映大专学生的短期商务中文学习需求。此外, 教师通过为期 1 个月的教学实践, 记录学生的课堂表现, 包括出勤情况、课堂参与度、学习困难及进步情况等, 为研究提供第一手资料。最后, 将大专学生与中专学生的学习特点进行对比分析, 找出差异, 为制定更有针对性的本土教材编写提供依据。当然, 我们的目的不只是探讨大专这一较少群体, 而是与这类学习者相同境遇的短期商务中文教学需求。

4.3 课前需求调查问卷结果

关于年龄和职业。非全学生年龄大多在 18-30 岁之间, 54% 的学生表示有工作, 其中公司职员 11 人,

销售贸易类 6 人, 人力资源 2 人。

关于语言水平。表示不会中文的学生有 54%, 46% 的学生只会打招呼的一些基本用语。学生的英语水平相比中文要乐观一些, 但总体水平也不高。

关于中文学习需求, 71% 的学生是因为学校要求才学习; 17% 的学生表示对中文感兴趣; 表示想去中国生活或工作的占 9%; 仅 3% 表示有工作或求职需求。

关于学习场景需求, 同样也是 71% 只在学校学习时要说中文; 29% 在看电视剧和社交媒体时会用中文; 在工作中需要和中国人沟通的占 20%; 和中国游客沟通的有 14%; 还有 1 位会和他的中国朋友交流, 占 3%。

关于学习内容需求, 想要学习商务场合自我介绍、公司介绍和工作安排的学生占 43%; 对购物、住宿和旅行等话题感兴趣的占 40%; 学习如何与领导和同事进行礼貌沟通的占 31%; 想进行商品销售与谈判的占 20%; 对商务文化和礼仪感兴趣的有 17%; 对日期、时间、天气等日常话题有需求的也占 17%。

总体来看, 大多数缺乏因兴趣引起的内部动机, 学校或社会给予的外部动机较强; 缺乏与中文相关的远景动机, 限于短期课程, 成绩及娱乐等近景动机; 但相比于中专学生, 大专生对使用商务中文工作、沟通及销售等的工具型动机相对较强, 有学生表示掌握中文技能可以拥有更高的薪资。

4.4 BBC 大专生商务中文学习特点分析

(1) 年龄和工作背景差异大

大专生年龄、工作背景各不相同, 导致他们对商务中文的需求点和兴趣点存在明显差异。工作中能够与中国人接触的对中文学习的积极性较高, 其余则兴致平平; 年龄较小的容易接受新知识, 年龄较大的在发音及记忆方面明显较弱。

(2) 中文基础差但工具型动机相对较强

大部分大专学生的中文基础较为薄弱, 甚至是零基础。然而, 他们的学习动机相比于中专学生, 更加明确。即为了满足工作需要和职业发展, 表现出较强的工具性动机, 使得课堂的整体氛围较好, 具体表现在: 语音学习的效率更高, 课堂练习配合度更高, 作业完成质量更高, 也有部分学生会在课后主动询问教师学习中文的方法。

(3) 主体意识强, 作业具创新性

与中专生相比, 大专生由于大多具备工作经历, 显示出较强的主体意识, 在学习过程中更倾向于表达自己的需求和看法。在完成作业时, 他们往往能结合自己的工作场景, 展现出更强的创新性和实践性。例如, 在

完成自我介绍或者名片作业时, 他们会精心设计自己的职业身份和背景, 使任务更贴近真实工作场景; 在美工设计上, 也显示出较强的能力, 比如: 会根据作业内容选择合适的背景、排版及图画等。

(4) 出勤率不稳定, 学习时间碎片化

学生大多数为在职大专生, 可用于中文学习的时间高度碎片化, 课堂出勤率受实习、兼职影响波动较大(平均出勤率约 65%)。这要求学习内容必须能够以相对独立的模块形式存在和消化, 他们迫切需要“即学即用、一课一得”的体验。

5 “四维适配”教材本土化策略的构建与应用

针对以上学习需求及特点, 本文提出“四维适配”教材编写策略, 旨在将教材从“知识文本”重构为“服务于泰国学习者本土交际的解决方案”。

5.1 内容维度

遵循以“任务”为纲, 取代以“语法”为纲的原则^[5]。将教学内容模块化^[6], 每个单元都是一个独立、完整的商务微任务。例如, 设计“面试技巧”、“商务接待”、“本土产品销售”、“人际关系”等模块, 每单元后设置相应交际任务。其次是场景本土化, 所有对话、案例必须设定于泰国真实场景。例如, “面试技巧”模块的对话应发生在泰企、中泰合资企业之间, 使用真实的泰国公司名、人名、地名等。最后, 语料要具有真实性, 嵌入从泰国华人商业社群、中资企业网站、真实商务邮件中选取的真实语料。

5.2 语言维度

在短期培训中, 我们可以将泰语从干扰项转化为学习资源, 预见并化解难点, 搭建认知脚手架。首先, 设立汉泰对比栏目, 如“泰语视角看中文”, 对比汉泰语音、核心语法、高频词汇等, 减少学习者的畏难情绪。其次, 采取多模态注解的方式, 如词汇表采用“汉字+拼音+泰语释义+图片”四合一的注解方式。语法点解释采用“泰语结构直译对比+功能示意图”的方法^[7]。最后, 将语言技能训练重新整合, 遵循“急用先学”的原则^[3], 认可汉字书写在短期教学中的低优先级, 将教学重心转向认读与拼音输入, 设计大量基于手机中文输入法的课堂任务, 让学生在打字中巩固拼音、识别汉字。

5.3 文化维度

在商务中文本土教材建设中, 文化教学也是必不可少的。首先, 可以将文化内容分解、嵌入每个交际环节。如在“商务接待”模块, 对比中泰在“交换名片礼仪”、“会议座位安排”、“礼品选择偏好”上的差异。

其次,发挥学习者的主体性,提供正面与反面的简短跨文化交际案例,引导学生分析、讨论其中的文化差异。最后,要聚焦“活”的文化:增加对当代中泰商务人士行为模式、沟通风格、流行商业理念的介绍。

5.4 形态维度

在智能化时代背景下,教材形式得以跳出纸质书本,带来更多便捷化、立体化的学习方式,为短期商务中文教学提供新的机遇。比如,通过嵌入二维码,链接实景对话短视频、角色扮演语音范例、扩展阅读等数字资源。为每个模块配备“微课视频”(5-10分钟),供缺课学生自学^[8]。提供可灵活组合的课堂活动卡和练习题库,方便教师根据当堂学生情况和时间进行调整。此外,还可以建立配套的线上教师社区,共享基于该教材的本土化教学案例,并定期发布与中泰经贸相关的新词新语、新鲜案例,使教材内容保持“活态”。

6 未来展望

泰国商务中文教材的本土化,是一项涉及课程、师资、评估与资源的系统工程。本研究提出的“四维适配”策略是一个初步的理论与实践框架。未来的研究应致力于:第一,开展更大范围、更长周期的教材实证研究,以数据验证并优化各维度策略的有效性;第二,探索与教材配套的教师培训模式;第三,推动建立“中泰校企教材开发联盟”,实现资源的可持续开发与更新。最终目标是构建一个以本土化教材为核心的、良性循环的商务中文教学生态,真正赋能泰国学习者,服务于中泰经贸合作的现实需要。

参考文献

- [1] 梁丹.帕瓦纳·菩提坤职业学校商务汉语教学研究[D].沈阳师范大学,2019.
- [2] 刘琳.泰国高校商务汉语课程与教学的现状和发展策略[D].山东大学,2024.
- [3] 张黎.商务汉语教学的认识误区[J].国际汉语教学研究,2014,(04):31-36.
- [4] 张黎.商务汉语教学需求分析[J].语言教学与研究,2006,(03):55-60.
- [5] 臧雨.任务型教学法在泰国兰实大学商务汉语综合课中的应用研究[D].广西大学,2022.
- [6] 陈闻.商务中文课程教学的工程化设计[J].国际汉语教学研究,2024,(02):31-40.
- [7] 袁萍,刘玉屏.基于ELAN的国际汉语语法教学多模态话语研究[J].辽宁师范大学学报(社会科学版),2020,43(01):126-131.
- [8] 别毕卉.短视频在商务汉语文化教学中的运用研究[D].扬州大学,2023.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS