



曼谷杂志 第 301 期 2025 年 4 月 1 日

7

穷巷少年如何炼成 全球鼻通帝国

——专访泰国鸿泰牌鼻通创始人提拉蓬·拉布塔姆

ISSUE

301

Travel

2025 宋干节曼谷狂欢 5 日
500 万人齐湿身

Entertainment

冥婚红包爆笑上映
BKPP 人鬼恋激吻曝光

Foodie

在旧时光里
品一口泰国本土巧克力

ISSN 3056-9281 (Online)



9 772286 778003



JIN REAL ESTATE
金洲天合集团

泰国国宾级别“绿卡”



享受在泰 **5-20** 年长居生活

尊享机场出入境 **VIP** 待遇

长期合法居留泰国权利

支持泰国 **两大主流银行**
开设外币账户



详情请扫码咨询

INFORMATION *Mangqu*



Editor in Chief
@zhangziyu_yok

本期封面人物，我们独家专访到了泰国鸿泰鼻通创始人提拉蓬·拉布塔姆，他的创业故事不仅激励着每一位有梦想的人，更展示了泰国本土品牌的崛起。而本期封底明星是近期热播泰剧《难以自拔》演员Mark Pakin和Ohm Thipakorn，他们的化学反应和作品中的出色表现，让我们对这对新晋CP充满期待。

另外，在曼娱曼乐专栏中，我们将为您介绍泰国默契CP, Billkin Putthipong和PP Krit共同出演的泰国电影《冥婚红包》。电影仅上映4天，票房就突破4千万泰铢，让我们来看看它背后蕴含的独特魅力吧！来到4月，临近宋干节，泰自游专栏为您推荐了泰国宋干节期间的绝佳旅游去处，带您感受泰国传统节庆的独特风情。而在食尚志专栏，我们则向您介绍了在泰国备受欢迎的巧克力店Choch@songwat，带您领略泰国甜品文化的独特风味。

希望通过本期内容，您能与我们一起享受这场多元文化的视觉与味觉盛宴。在这个信息化飞速发展的时代，愿您在能阅读中找到属于自己的那份感动。

泰国概况：

泰国全称泰王国，位于东南亚。东临老挝和柬埔寨，南面是暹罗湾和马来西亚，西接缅甸和安达曼海。原名暹罗，1949年5月11日，泰国人用自己民族名称，把“暹罗”改为“泰”，主要是取其“自由”之意，官方语言是泰语，用泰语字母。大多数泰国人信奉佛教，佛教徒占全国人口九成以上。全国共有77个一级行政区，其中包括76个“府”与首都曼谷。泰国也是东南亚国家联盟成员国和创始国，同时也是亚太经济合作组织和世界贸易组织成员，是全球最幸福经济体之一。

国旗：国旗呈长方形，长与宽之比为3：2由红、白、蓝三色的五个横长方形平行排列构成。

国徽：图案是一只大鹏鸟，鸟背上蹲坐着那莱王。传说中大鹏鸟是一种带有双翼的神灵，那莱王是传说中的守护神。

货币：泰铢 (Baht)
人口：6617万人 (截至2020年末)

国花：金链花
国树：桂树
国庆、父亲节：12月5日 (1927年，先王普密蓬·阿杜德诞辰)
母亲节：8月12日是泰国九世王太后诗丽吉的生日，也是泰国的母亲节。

宋干节：“宋干”是梵语的译音，也叫“泼水节”，是每年公历的4月13日到16日。
万佛节：泰历三月十五日为佛教节日。活动有悬挂国旗，清晨斋僧行善，下午诵经讲道，傍晚礼佛仪式。

节基王朝纪念：4月6日为现今曼谷王朝开基日，悬挂国旗，举行宗教仪式，向皇家纪念地敬献鲜花。

国际劳动节：5月1日纪念劳动者。
五世王升遐纪念日：10月23日纪念拉玛五世王，民众斋僧行善，向“五世王御马铜像”敬献花圈。

泰王登基纪念日：5月5日为纪念拉玛十世王于2019年5月5日登基加冕。

春耕节：5月10日纪念春耕开犁。节日活动有皇室于王家田广场举行“开耕典礼”，悬挂国旗。王后生日：6月3日是素缇达王后生日。

佛诞节：泰历六月十五日为纪念佛祖诞辰日。节日活动有，佛教徒清晨前往佛寺斋僧布施，聆听高僧传经讲道，民众奉香奉花参加佛寺巡礼，悬挂国旗。

水灯节：泰历十二月十五日，节日活动有民众自制水灯，以花、烛点缀，在晚上漂放于池河之中，聊表祝愿。

宪法纪念日：12月10日纪念泰国第一部宪法的诞生。

驻泰使馆信息

中国驻泰国大使馆

大使：韩志强 (Han Zhiqiang)
使馆地址：泰国曼谷曼谷市叻查达披色路57号，邮政编码：10400
Address: 57 Rachadaphisek Road, Bangkok, 10400 Thailand
网址：
http://www.chinaembassy.or.th
电话：0066-2-2450088
传真：0066-2-2468247
邮箱：chinaemb_th@mfa.gov.cn
领事保护
电话：0066-2-2457010 (工作日9:00-17:00)

中华人民共和国驻清迈总领馆
总领事：吴志武 (Wu Zhiwu)
地址：泰国清迈昌罗路111号
Address: 111 Changlo Road, Haiya District, Chiang Mai, Thailand 50100
电话：0066-81-8823283
传真：0066-53-201667
网址：www.chiangmai.chineseconsulate.org

中华人民共和国驻宋卡总领事
总领事：吴冬梅 (Wu Dongmei)
地址：泰国宋卡府沙岛路9号
Address: NO.9, SADAO ROAD, AMPUR MUANG, SONGKHLA
邮编：90000
国家地区号：0066-74
电话：
办公室：(6674) 322034
经商室：(6674) 326794
领事组：(6674) 325045
领事：006681-7665560
传真：
经商室：(6674) 326240
领事组：(6674) 323772
网址：http://songkhla.chineseconsulate.org
电子邮箱：
chinaaconsul_skh_th@mfa.gov.cn

中华人民共和国驻孔敬总领事
总领事：廖俊云 (Liao Junyun)
地址：孔敬府直辖县环湖路2组142/44号 (142/44 Moo 2, Rob-Bueng Rd., Nai-Muang, Muang, Khon Kaen, Thailand 40000)
电话：(043) 226873
传真：(043) 227037、(043) 001764
网址：http://khonkaen.china-consulate.org

移民局 (Immigration Bureau):
地址：Government Center, Building B, No. 120, Moo 3, Chaengwattana Road, Soi 7
电话：0-2141-9889
传真：0-2143-8228

曼谷医院：
Bamrungrad Hospital
-- (66) 2-667-1000
Bangkok Christian Hospital
-- (66)2-625-9000
Praram 9 Hospital 拉玛9医院
-- (66)2-202-9999 / 1270

旅游警察：
全国热线 1155
清迈 (66) 53-248130
普吉 (66) 76-219878
苏梅岛 (66) 77-421281
苏叻他尼 (66) 77-421281
泰国国家旅游局：
曼谷 (66)2-6941222
芭堤雅 (66) 38-427667,428750
普吉岛 (66) 76-211036, 217318
清迈 (66)53-248604/7
机场电话：

曼谷素万那普国际机场：
客服中心：1722
或 (66) 2132-1888
曼谷廊曼机场
电话：(66) 2535-1310
航空公司
泰国国际航空：
地址：Domestic & International 4th Floor, Departure Hall THAILAND
电话：(素万那普机场)：
(66-2) 134-5483-4
(66-2) 288-1000
中国国际航空公司：
清迈航站：
电话：+66 53-274-325
传真：+66 53-274-327
曼谷办公室：
地址：98 Sathorn Square Office Tower 9th Floor, Unit 9008-9010, North Sathorn, Road Silom, Bang Rak, Bangkok 10500, Thailand
电话：+66-2-1081888
传真：+66-2-1081889
机场办公室：
地址：Suvarnabhumi Airport AOB Building 3rd Fl., Room No. Z3-005, 999 Moo 1, Nongprue, Bangpli, Samutprakan 10540
电话：+66-2134-2452ext55
传真：+66-2134-2453
网址：http://www.airchina.co.th
中国东方航空公司曼谷办事处 (MU) -- (66)2-636-6978
机场问询：(66)2-134-2101
中国南方航空公司曼谷办事处 (CZ) -- (66)2-677-7388
中国海南航空公司曼谷办事处 (HU) -- (66)2-679-5086
(HU) -- (66)2-679-5087
中华航空曼谷办事处 (CI) -- (66)2-250-9888
国泰航空曼谷办事处 (CX) -- (66) 2-535-2155/6
新加坡航空曼谷办事处 (SQ) -- (66) 2-535-2260/1
马来西亚航空曼谷办事处 (MH) -- (66) 2-535-2288

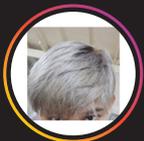
常用电话：
181 报时台
1384 公车路线
191 紧急报案
197 交通状况服务台
198 公共灾害
199 火警、消防车 报警、紧急求助、救护车
1125 自来水局
1130 电力局
1133 电话查询台
1155 旅游警察局 (中文服务)
1166 消费者保护局
1177 电话障碍台
1182 气象台
1188 泰国企业名录
1192 儿童、青少年及妇女保护中心
1193 国道交通警察
1199 海巡署报案专线
1300 人口贩卖、社会问题
1385 国际贸易厅
1386 毒品检举专线
1506 劳保局
1543 快速道路专线
1546 劳工福利与保护厅
1154 (1169) 救护车专线
1156 食物与药物卫生安全委员会
1566 航班查询
1665 红十字会
1667 心理健康专线
1672 旅游资讯查询
1690 火车班次查询
1694 (1695) 职业训练厅
1699 旅游警察专线
1860 国家灾害警报台

EDITOR



Ou Yanting (olina_oyt)
Sheldon Chan (sheldonchan1116)

GRAPHIC



Nipapan Bootwichian (s.smock)

OUTREACH



zhangziyu_yokkk (zhangziyu_yok)

PHOTOGRAPHER



Haochen Ding (nico)

@MANGU CONTENT



7
封面故事
Cover Story

穷巷少年如何炼成全球鼻通帝国
——专访泰国鸿泰牌鼻通创始人提拉蓬·拉布塔姆

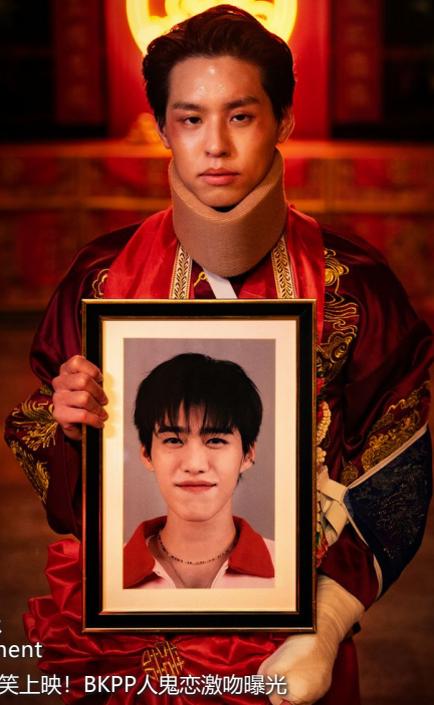


15

泰自游
Travel

2025宋干节曼谷狂欢5日 500万人齐湿身

UPCOMING
PROJECT



17

曼娱曼乐
Entertainment

冥婚红包爆笑上映！BKPP人鬼恋激吻曝光



21

食尚志
Foodie

在旧时光里，品一口泰国本土巧克力



23

曼明星
Star

牙医爱上病患！无法自拔，甜虐爆棚！

——专访泰国GMMTV旗下艺人Mark Pakin, Ohm Thipakorn

主办/出版 : @ManGu曼谷杂志社
社长/总编 : 郭蕊
新媒体部门总监 : 何婷怡
美工编辑 : s.smock
摄影 : nico
Mao
执行编辑 : 张子钰
olina_oyt
sheldonchan1116
执行外联 : 张子钰

@ManGu Magazine @曼谷杂志社
官网: www.atmangu.com

Thai Jiaranai Group Pub Co., Ltd.
泰国亚洲大众集团(大众)有限公司
官网: www.jrnen.co.th

国际刊号: ISSN 3056-9281 (Online)

联系邮箱:
newsmedia@jrnen.co.th

关注新浪微博: @ManGu曼谷杂志

本刊编辑内容版权为本刊所有，
非经本刊同意与授权不得做任何形式之复制和转载。

ข้อมูลและเนื้อหาทั้งหมดในนิตยสารเล่มนี้ ห้ามนำไป
เลียนแบบเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางนิตยสาร

บริษัท ไทยเอเชียนโพรินท์ จำกัด (มหาชน)
103 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ
เขตจตุจักร 10120

สนใจติดต่อโฆษณา
Advertising : @Honey
Mobile : +66 980809728
Email : tingyi.h@jrnen.co.th
Wechat : H Barbiee



扫码微信公众号
订阅曼谷杂志电子刊



@ManGu曼谷杂志官方微博



@ManGu曼谷杂志官方网站



关注杂志抖音
一键开启视频时代



泰國亞洲大眾集團(大眾)有限公司
THAI JIARANAI GROUP PUBLIC COMPANY LIMITED

POYD

PERSONAL CARE

小小的袋子 装着大大的远方

POYD火山石香包



- √ 泰国本土生产
- √ 国际调香师调制
- √ 精选印度和欧洲的精油
- √ 只用土耳其火山石，无添加有害成分



泰国进口



淘宝店铺
@泰旺猫海外市场店



抖音店铺
@POYD个人护理



泰国签证 | 泰国移民 | 泰国投资



泰国免签后，还需要办理尊荣卡签证吗？

VS

泰国免签

泰国尊荣卡签证

- 1.至多停留30天
- 2.频繁来泰有被拒绝入境的风险
- 3.需准备出入境航班订单以及逗留期限内的酒店预订单等

出入境居留情况

- 1.可长期停留（签证期5-20年，完期前可续）
- 2.无限次出入境
- 3.只需购买入境机票，无需提供返程机票和酒店预订单

短期出行者

适宜人群

- 1.需要经常往返或长居泰国人士
- 2.有海外资产配置需求的高净值人士
- 3.在泰国有生意往来的商务人士
- 4.想享受特权退休人士
- 5.陪读父母等等

需排队N+小时

入境对比

- 1.出入境快速通道
- 2.私人助理陪同入境
- 3.VIP休息室享用
- 4.豪华礼宾车机场接送

无

银行开户

可在泰国多家银行开设账户

无

驾照

可办理驾照

无

特权服务

- 1.合作酒店、商场、餐厅、旅游景点等专享优惠
- 2.90天移民局报道代理服务
- 3.商业投资/法律顾问
- 4.24小时全年无休客服中心
- 5.特别会员专享高尔夫免费果岭、泰式SPA按摩、健康体检、商业医疗保险等等

泰国尊荣卡签证，让你在泰长居5-20年

给自己多一个选择
保留国籍，长居泰国
解锁当地特权服务



详情请扫码咨询



穷巷少年如何炼成全球鼻通帝国

——专访泰国鸿泰牌鼻通创始人 提拉蓬·拉布塔姆

在曼谷吞武里区一条不起眼的巷子里，空气中混杂着摩托车尾气 and 街边摊贩的油烟味，提拉蓬·拉布塔姆的童年在这里悄然度过。作为家中六个孩子之一，他的记忆里没有太多玩具或闲暇时光，取而代之的是父亲那辆破旧出租车带回的微薄收入，以及母亲在家中忙碌的身影。

提拉蓬至今记得，小时候他最大的愿望不过是“让父亲少开几小时车，让母亲能多喘口气”。13岁那年，他便背起行囊，走上街头，开始了打工生涯。那时的他或许未曾料到，几十年后，自己会成为一款席卷全球的绿色小瓶——“鸿泰”草药鼻通的缔造者。

如果说命运曾给提拉蓬开过玩笑，那一定是他在无数次失败后翻开的那张旧报纸。卖过猪皮、做过辣椒酱，甚至摆过不知名的小摊，提拉蓬的早期创业像是无数泰国底层青年的缩影——充满尝试，却难见回报。直到某天，他在了一篇不起眼的报道中发现了一种草药鼻通的配方。这个偶然的灵光一闪，成了他人生真正的转折点。

最初的鸿泰鼻通远谈不上精致。简陋的瓶子，手写的标签，甚至连配方都带着些许粗糙的实验感。但当第一批顾客试用后，那股清凉直冲鼻腔的提神效果却让人眼前一亮。街坊邻里开始口口相传，有人拿它缓解疲劳，有人用它驱散曼谷湿热的困倦。提拉蓬敏锐地嗅到了机会，他不再满足于零散的小打小闹，而是决心将这个不起眼的小玩意儿打造成一个品牌。

如果说鸿泰的初期成功靠的是提拉蓬的韧性，那么它后来的腾飞则离不开市场的偶然与必然。几年摸爬滚打后，鸿泰的年营业额从几万泰铢跃升至5亿泰铢，生产线从手工灌装升级为现代化工厂。但真正让鸿泰名声大噪的，是那位来自韩国的K-pop天后Lisa。当她在社交媒体上随手展示这款绿色小瓶时，粉丝们的好奇心被彻底点燃。视频中，Lisa轻吸一口，露出满足的表情，配文：“我的小秘密。”一夜之间，鸿泰从泰国街头走进全球视野，订单从亚洲涌向欧美。





明星效应固然强大，但鸿泰能站稳脚跟，靠的绝不仅是运气。它用天然草药配方击中了现代人对健康与便利的渴望——薄荷、尤加利和樟脑的组合，既能提神醒脑，又能缓解鼻塞，小巧的瓶身则让它成为旅行与办公的完美伴侣。更重要的是，提拉蓬从不满足于“卖得出去”。他常说：“好产品不仅要实用，还要让人记住它的价值。”为此，鸿泰的外观设计也经历了从简陋到精致的蜕变，绿色瓶身搭配现代化的标识，让它不仅是健康用品，更成了某种生活方式的象征。

这种对细节的执着，让鸿泰在国际市场上找到了立足之地。外国游客开始将它当作泰国之旅的纪念品带回家乡，而泰国本地人则视它为家乡文化的骄傲。从曼谷到伦敦，从首尔到洛杉矶，鸿泰的绿色魔力悄然渗透进全球消费者的口袋。

站在今天的成就面前，提拉蓬依然保持着低调。他不再是那个背着货物走街串巷的少年，但那份对顾客的敬畏从未改变。他常说：“我们的成功不是因为我，而是因为每一瓶鼻通背后顾客信任。”这种朴素的信念贯穿了鸿泰的每一步——从最初的街头反馈，到如今的全球研发，提拉蓬始终坚信，品牌的核心在于满足需求，而非单纯追逐利润。

如今，鸿泰已是泰国草药文化的名片之一，但提拉蓬的目光早已越过商业版图。他计划将鼻通推广到更多国家，甚至探索更多草药疗法的可能性。在他看来，鸿泰不仅是一个产品，更是一种连接自然与现代生活的桥梁。从吞武里区的贫困少年到全球企业家，提拉蓬用几十年证明了一件事：真正的成功，不是起点的高低，而是你愿意走多远、磨多久。

当你打开一瓶鸿泰草药鼻通，那股清凉或许只是一瞬，但它背后的故事却绵长而深刻。从街头到全球，这抹绿色不仅提神醒脑，更唤醒了无数人对梦想与坚持的共鸣。提拉蓬的旅程未完，而鸿泰的魔力，才刚刚开始。



Credit: bangkokbiznews

ManGu: 据了解，您从小学毕业后便步入社会，开始赚钱养家。促使您小小年纪便走上这条道路的契机是什么？可以和我们分享一下这段经历吗？

提拉蓬：最直接的原因是帮父母分担压力。那时候，家里唯一的经济来源是父亲，他几乎没有休息时间，只有在病倒的时候才能勉强停下来喘口气。我看在眼里，心里不是滋味，于是萌生了出去工作的想法，希望能为家里减轻一点负担，让父亲能够有更多的休息时间。年少的我，并没有太多复杂的考量，唯一的想法就是尽一份孝心。

起初找工作并不容易，我没有明确的目标，只要能赚钱的活计都愿意尝试。那时候，我沿着街道，一家家地走进贴着招聘启事的店铺询问，但年纪太小，没有人愿意雇我。无奈之下，我只能托熟人帮忙介绍，最终在一家电器店找到了第一份工作，每月工资3000泰铢。我在那里干了两年，虽然微薄的收入无法改变家里的困境，但至少能稍微减轻一点负担。两年里，我学到了很多，也逐渐明白，不同的岗位意味着不同的责任，每一份薪水背后，都有着相应的付出。

后来，我换了一份薪资更高的工作，在一家印刷厂负责运送文件和货物，工资提升到了4500泰铢。相较于电器店的工作，这里的一切都是新的体验，接触到的是完全不同的技能和挑战。在这里工作了一年多后，我选择暂时停下来，去寺庙待了一个月。



Credit: bangkokbiznews





ManGu: 是什么原因让您决定去寺庙?

提拉蓬: 那个阶段, 我的内心非常迷茫, 遇到了许多从未经历过的问题, 不知道该如何解决, 也不清楚人生的意义何在。于是, 16岁的我选择去寺庙, 希望能从中找到答案。在那里待的一个多月里, 我想通了很多事情, 理解了生命的价值, 也意识到人应该有责任感, 尤其是对父母的责任。有些事情无需执着, 内耗自己没有意义, 但孝顺和担当, 却是不能放下的。这段经历让我内心变得更加强大, 重新回到社会后, 我对未来的目标更加清晰了——努力赚钱, 让家人过上稳定的生活。

其实, 在寺庙的时候, 我也曾动过出家的念头。那时, 我想, 如果选择留下, 眼前的生活是否会变得轻松一些? 但很快, 我便打消了这个念头。出家, 在某种意义上是一种逃避。现实的问题并不会因为我的离开而消失, 家人的压力依旧存在。如果有一天, 我的经济能力足以支撑家庭, 或许可以重新考虑这个问题, 但当下, 我的责任是赚钱养家。

ManGu: 在后来的工作经历中, 您最大的收获是什么?

提拉蓬: 工作是一场漫长的积累过程, 不仅是技能的提升, 更是责任感的培养。20岁那年, 我被征召入伍, 被派驻到北榄坡府, 在驻地里管理一家小商店。那段时间, 我学会了如何卖货, 如何管理店铺内的大小事务, 也明白了销售的核心不仅仅是产品, 而是人与人之间的信任。最重要的, 是如何与顾客建立真正的连接。

退伍后, 我去应聘售货员, 结果失败了。面试时, 考官递给我一个订书机, 让我推销, 我的第一反应是询问产品的性能和优缺点。而面试官的回答却让我印象深刻——“一个合格的售货员, 关注的不是产品的性能, 而是如何让它卖出去。”那次失败让我意识到, 销售的本质在于如何打动顾客, 而不仅仅是讲解产品参数。

之后, 我陆续尝试了多个销售岗位, 也见识了不同店铺的经营方式。有些店主专注于诚信经营, 而有些则倾向于欺骗顾客。我曾帮一位老板推销他的炸猪皮和辣椒酱, 挨家挨户拜访店铺。在这个过程中, 我深刻体会到, 销售不仅仅是交易, 更是一种人与人之间的互动。即使一时没有达成合作, 但真诚的沟通可以为未来建立信任, 铺下合作的基石。这种理念, 至今仍影响着我的事业, 也成为“鸿泰牌鼻通”能够长久发展的关键之一。



Credit: bangkokbiznews

ManGu: 让您从炸猪皮和辣椒酱的代销, 转向鼻通市场的契机是什么呢?

提拉蓬: 最初的原因很简单——炸猪皮和辣椒酱的销量开始下滑, 利润自然也跟着减少。为了弥补这部分损失, 我开始考虑拓展新的业务。当时制作鼻通的想法只是一个副业, 希望能作为主营生意的补充。然而, 最初的市场策略并不成功。我们将鼻通投放在酒吧和彩票店等场所, 原以为这里的顾客对提神醒脑的产品会有需求, 结果销量远远不及预期, 市场反馈也并不理想。

ManGu: “鸿泰牌鼻通”已经走过了19年, 您认为品牌能够获得消费者信任的原因是什么?

提拉蓬: 从创业到现在, 我们始终坚持一个理念——真心对待每一位顾客。从最初的第一批消费者, 到今天依然支持我们的老顾客, 这份信任的建立, 并非一朝一夕, 而是靠着时间和真诚一点点积累起来的。

ManGu: 您的鼻通是自己制作的吗?

提拉蓬: 是的, 我专门学习过这方面的知识。当时, 我在报纸的“创业”专栏上看到了一篇关于精油制作的文章, 觉得这或许是一个不错的商机。那时候, 我已经在经营炸猪皮和辣椒酱的生意了, 心想如果能在店里额外售卖鼻通, 或许能拓宽收入来源。但现实比想象中要困难得多——第一次尝试彻底失败, 销量寥寥无几。

ManGu: 当时您最初制作的鼻通, 和现在的“小绿罐”有什么不同吗?

提拉蓬: 是的, 最早的鼻通只是一个小小的白色瓶子, 里面装着龙脑、樟脑等成分调配的精油。那时候, 我对市场的理解还不够深入, 第一次尝试的销售效果并不好, 最终只能暂时放弃这个项目, 转而去了一家公司上班。

ManGu: 后来是什么契机让您重新开始做鼻通生意的呢?

提拉蓬: 这个契机其实有些戏剧性。我在上班期间遭遇了一场车祸, 被迫休养了两个月。这段时间里, 我重新思考了鼻通这个项目, 并决定调整市场投放策略。之前我主要把产品投放在酒吧和彩票店, 但这次我改为铺货到加油站、街边商店、小卖部等更贴近大众的地方。结果非常成功, 销量大增, 甚至还收到了不少大订单。

ManGu: 既然第二次尝试很成功, 为什么后来又放弃了呢?

提拉蓬: 随着市场扩大, 竞争也越来越激烈。鼻通这种产品, 我能做, 别人也能做, 价格战成了一个绕不开的问题。尽管有很多忠实顾客, 但也有不少人更倾向于选择价格更低的产品, 而低价往往意味着质量难以保障。这种情况下, 我们的销售也受到了一定影响。那时候, 我对市场的认知还不够成熟, 缺乏长期规划, 最终还是决定放弃鼻通业务。

ManGu: 但后来, 您还是决定再次回归鼻通市场, 对吧?

提拉蓬: 是的, 真正让我坚定决心的, 是我的老顾客。他们在我离开市场两年多后, 仍然四处打听我的产品, 有人甚至说每次路过那些曾经售卖鼻通的店铺, 都还会期待某一天能再次看到它。这种执着让我深受触动, 意识到自己其实已经建立了一批忠实用户。于是, 我决定第三次投身鼻通事业, 但这一次, 我不再盲目打价格战, 而是把质量放在首位, 不断优化配方, 确保产品的品质。我相信, 只要产品足够好, 就一定会有市场。最终, 鸿泰牌鼻通就这样一步步成长起来了。

ManGu: 第一次开始制作鼻通进行售卖时, 您多大年纪?

提拉蓬: 当时我刚退伍, 应该是21岁的时候。

ManGu: 那么, 第三次重新开始鼻通业务时呢?

提拉蓬: 差不多是30岁左右。

ManGu: 也就是说, 前后大约有10年的时间, 您一直都在做鼻通吗?

提拉蓬: 其实不能说是一直在做, 而是这10年间, 我不断经历失败、调整、再出发的过程。每一次尝试都是一次学习的机会, 每一次失败都让我成长。当我第三次拿着产品穿梭在各个店铺之间送货时, 我的目标已经比之前更加明确。我开始特别注重收集顾客的反馈, 并根据他们的意见不断改进产品。

我们的鼻通产品前前后后至少改进了500多次, 配方并不是一开始就固定的, 而是在顾客的批评和建议下不断优化出来的。每一次收到批评, 都是一次重新审视自己的机会, 促使我们反思和改进。正是这些调整和优化, 使我们的产品始终保持着高质量, 并且不断进步。



ManGu: 鸿泰牌旗下的产品现在还是手工制作吗?

提拉蓬: 是的, 目前我们所有的产品仍然是纯手工制作的。一开始的时候, 只有我一个人在制作, 完成后再亲自送到各个店铺分销。随着顾客数量逐渐增加, 我雇佣了更多员工加入制作团队。但即便如此, 我们始终坚持纯手工制作的工艺, 确保每一件产品都保持高质量。这种手工制作的方式不仅让产品更有特色, 也让我们与顾客之间建立了一种独特的信任感。

ManGu: 从什么时候开始鸿泰牌鼻通, 从原本的小白瓶精油版变成现在的小绿罐呢?

提拉蓬: 这一切其实都是从顾客的需求开始的。最初的精油版虽然得到了顾客的认可, 但逐渐发现, 它已经不能完全满足他们的需求。顾客们开始向我们提出希望有药膏形式的产品, 要求在质量和配方上进行升级。于是, 我们根据顾客的反馈, 研发出了药膏版的鼻通。而在药膏推出后, 顾客又有了新的要求, 他们希望有喷雾型的产品。于是我便在原有的基础上重新调整药材比例, 设计了新的配方。

ManGu: 那您在研发的过程中需要向食药监局备案吗?

提拉蓬: 按照规定, 确实是需要向食药监局申请备案的, 尤其是涉及到产品的配方和生产工艺。只是当时我们还处于学习和试验阶段, 规模也仅仅是家庭作坊的规模, 资金和资源有限, 申请备案所需的费用也比较高。因此, 那时我们并没有进行备案。但随着企业的逐步发展, 我们开始不断扩大规模, 同时也在努力学习相关法规, 接受外界的信息和意见。只有做到每一步都尽力做到最好, 才能实现真正的成功。正如我刚才提到的, 我们在不断听取顾客批评和建议的过程中, 才一步步改进了我们的产品, 最终达到了今天的成就。

ManGu: 现在市面上非常受欢迎的“小绿罐”, 设计灵感来自哪里呢?

提拉蓬: 这款小绿罐的设计灵感其实源自我们最初制作鼻通时所使用的精油配方。那时我们并没有套用市场上现成的配方, 而是将所有原材料和配比都经过反复摸索和调整, 最终设计出独特的配方。这也让我们的产品, 在市场上变得独一无二。如果顾客喜欢, 就只能购买我们的品牌。而且最初并没有量产, 我们只是在小范围内推广, 包括自己也会试用, 结果获得了顾客们的好评。基于这些反馈, 我们不断进行改进, 逐步完善产品。现在市场上大家看到的小绿罐, 已经经过了33次的配方改进, 主要是添加了新的材料, 同时去除了那些影响味道的成分, 以确保更多人能够接受它, 让所有年龄段的顾客都能够享用。否则, 产品的真正价值和效果就无法体现了。

ManGu: 从什么时候起, 小绿罐开始成为热门产品并占据大量市场的呢?

提拉蓬: 大概是在推出后的两三年时间吧。正是因为这款产品的成功, 我们才有了资金基础, 得以扩大规模, 最终成立了公司。

ManGu: 当时的生产速度跟不上顾客们的需求吗?

提拉蓬: 还行, 制作完成后我们第一时间就送到分销商手中。直到现在, 我们的库存始终保持在能够稳定供应的状态, 确保顾客的需求得到及时满足。

ManGu: 您本人从什么时候开始意识到小绿罐已经火到人手一个的程度了呢?

提拉蓬: 差不多是在推出后的两三年时间里吧。随着购买小绿罐的顾客数量逐渐增多, 这种趋势开始变得明显。随着顾客群体的增长, 我们的员工数量也从最初的十几个人增加到了现在的上百人。如果说顾客数量激增的时期, 应该是在新冠疫情期间。因为很多人因为感染出现鼻塞等不适症状, 需求大幅增加。疫情初期的2020年, 这种趋势还不太明显, 但到了2021年左右, 我们一度陷入了供不应求的困境, 库存根本无法满足订单需求。那时候, 我们意识到这可能是一次难得的机遇, 于是决定坚持继续生产, 直到今天。

ManGu: 您是什么时候开始正式为鸿泰鼻通进行广告宣传的呢?

提拉蓬: 大概是2022年吧, 我们才开始正式打广告宣传。那时, 一位中介联系我, 表示可以在电视上投放产品广告宣传。于是, 我们第一次投入资金使用媒体平台来推广产品。在过去的十多年里, 我们从来没有做过广告宣传, 知名度完全是靠顾客们的口口相传。





ManGu: 小绿罐中有添加化学物质吗？还是百分百纯天然提取？
 提拉蓬：没有，百分百纯天然药材制成。既然要保证产品的质量，我们在选取原材料时就十分重视。尽管成本和定价高一点，但并不影响我们的销量。而且，产品的质量评判取决于消费者的感受，并非价格。

ManGu: 鸿泰牌鼻通是第一家将原材料直接放在容器内，让顾客可以一眼就看到成分的品牌吗？

提拉蓬：不是，在这之前已经有人这么做过。不管是谁，推出产品的每一步都有历史可追溯，并且可以讲述当时为什么会做出这样的选择。2008年左右，我们推出产品时，定制了专属于我们品牌的小绿罐，并且至今一直沿用。如果有人说是我们抄袭，那也没关系，请拿出证据来证明。

ManGu: 的确，如今市面上设计相似的同类产品真的很多呢！

提拉蓬：是的，其实相同或相似都没关系，我都理解。不同的品牌有自己的特点和市场战略，是否购买完全取决于顾客。我们唯一能做的就是做好自己，不断完善自身。

ManGu: 如今，可以说鸿泰牌小绿罐已经完全深入顾客们的内心和日常生活了呢！

提拉蓬：是的，我敢说，我们鸿泰牌小绿罐时间越久，味道越浓郁，使用体验感越好。一般质量不好的鼻通，使用时间很短。小绿罐的质量有一定保证，使用时间长在某种意义上也帮助我们建立了与顾客的联系，从而收获更多回头客。

ManGu: 通常情况下，一罐能用多长时间呢？

提拉蓬：通常情况下不少于三个月，也有顾客反馈用了三四年才彻底没有味道。像公司办公室里的样品，有些已经放了十四年了，打开依旧能闻到味道，只是没有像刚制作出来时的味道那么清新自然。

ManGu: 您不担心使用时间长反而导致销量减少吗？

提拉蓬：不担心。很多选择购买我们产品的顾客不仅仅自用，有时也会作为纪念品送给朋友或客户。我坚信，一件产品使用时间长并不会影响它的销量。很多海外的朋友知道我们品牌是通过泰国朋友，这说明我们的产品品质得到了本国顾客的认可，从而才会选择购买并作为纪念品送给朋友。既然如此，我们就必须将产品的质量做到极致。因此，我们从来没有担心过提高产品质量会导致销量减少这个问题。而且，事实上，我们的产品没有哪件的销量因此减少，反而在不断增加。

ManGu: 随着时间的推移，小绿罐的味道不会慢慢自然消散吗？

提拉蓬：会的，用的时间越久味道会越来越淡。品质好的产品，其功能也会随着时间的变化逐渐退化；品质不好的产品，用了没多久可能就用不了了。因此，产品卖家不应该将产品定价太低，如果产品定价低，品质一般，那么改进时先改哪个好呢？事实上根本没办法解决。如果定价相对较高，则会激励我们继续改进和完善产品质量。

ManGu: 我本人也是小绿罐的忠实粉丝呢！包里、车里和办公室，到处都会放一个。

提拉蓬：我们的产品能否吸引到顾客最主要还是靠味道，很多顾客使用了之后会感到清新舒适。而一些品质一般的产品也不是不能用，只是味道不符合顾客的喜好，使用之后反而会不舒服。所以，我们一直以来坚持提升我们产品的质量，以此来吸引顾客。

ManGu: 泰籍艺人Lisa在演唱会期间拿着小绿罐拍照，也在一定程度上吸引了不少的顾客对吧？是偶然吗？

提拉蓬：是的，当时确实吸引了不少顾客。对，我们没有专门请Lisa帮助宣传，应该是Lisa本人真的在使用我们的产品。如果我们邀请明星来代言，但其本人根本没有使用过我们的产品，可能会给顾客和粉丝造成误解，认为我们的产品与宣传不符。这与我们投资进行宣发的初衷背道而驰。如果真正使用过我们的产品，根据真实体验来进行推广，这才是真正的宣传。我们一直坚持的原则之一就是诚信，大家平时在平台上面的宣传，大多都是大家根据使用感受自发进行的反馈。大家的建议与反馈都是我们改进的动力，例如之前有顾客反馈表示，小绿罐掉到地上之后里面的原材料会撒的到处都是，对此，我们对包装进行了改进，将网袋缝起来，现在就不会再出现类似的情况了。

ManGu: 现在依旧是纯手工制作吗？您有想过引进自动化机械进行生产吗？

提拉蓬：是的，每个生产流程都是纯手工制作。未来有计划引进现代化技术来进行生产，目前正处于工厂建设阶段。

ManGu: 如今，很多在泰的中国人在回国时都会购买鸿泰牌鼻通作为纪念品送给家人朋友呢！大家纷纷表示味道很上头！（笑）同时，也有朋友觉得包装规格太大了，不知道有没有更小一点的包装规格呢？

提拉蓬：有的，有稍微小一点点的。

ManGu: 您有想过推出包装规格更小的小绿罐吗？

提拉蓬：那样做会导致味道没有那么浓郁，做倒是也能做，只是使用体验可能不会很好。以后有机会或许会研究一下新的配方，推出更小的包装规格。我们最新推出的双头鼻通在原有的基础上进行了改进，包装规格较之前大了一点，盖子上加了一只夜光的小凤凰，以便顾客在黑暗的环境中也能第一时间找到。仅仅是这件产品，我们在收集信息并加以改进上就用了三年时间。每一件新产品的推出，我们最重视的是产品的质量。现如今，所有的商业竞争基本上都是争发展，没有人搞价格战。所以，我们必须不断的学习和完善自身。



19

ManGu: 现在每天的产量大概是多少？有计划开拓海外市场吗？

提拉蓬：现在每天产量是10万罐左右，但我们的目标是达到30万罐。未来规模扩大后，可能会和东盟国家进行合作。

ManGu: 最后，您有什么想对中国读者朋友们讲的话吗？

提拉蓬：希望大家继续支持我们，给予我们力量，继续为大家生产出优质的产品。

感谢：

泰国鸿泰草药有限公司创始人
提拉蓬·拉布塔姆

📍 **感谢拍摄场地：** 泰国鸿泰草药有限公司

2025宋干节曼谷狂欢 5日 500万人齐湿身

4月11日至15日，曼谷皇家田，水枪已就位，笑声已待发。你准备好了吗？

如果说有一种节日能让人从头湿到脚却依然笑得合不拢嘴，那一定是泰国的宋干节。2025年，这场泰国人迎接新年的传统庆典将迎来一次史无前例的升级——“世界超级泼水节”（Maha-Songkran World Water Festival 2025）。从4月11日至15日，曼谷的皇家田广场将化身全球水战爱好者的朝圣地，八大狂欢游行、百万游客的热情与水花交织，预示着一场跨越国界的盛宴即将上演。

Credit: kempatour

水花背后的野心

宋干节从来不只是一场简单的泼水游戏。2025年的这场盛会承载了泰国政府更大的愿景——将这一传统节日推向世界舞台，成为“泰国旅游黄金年”的闪亮名片。为了这场狂欢，泰国政府豪掷1.83亿泰铢，预计吸引近500万游客涌入，带来超过265.64亿泰铢的经济收益。

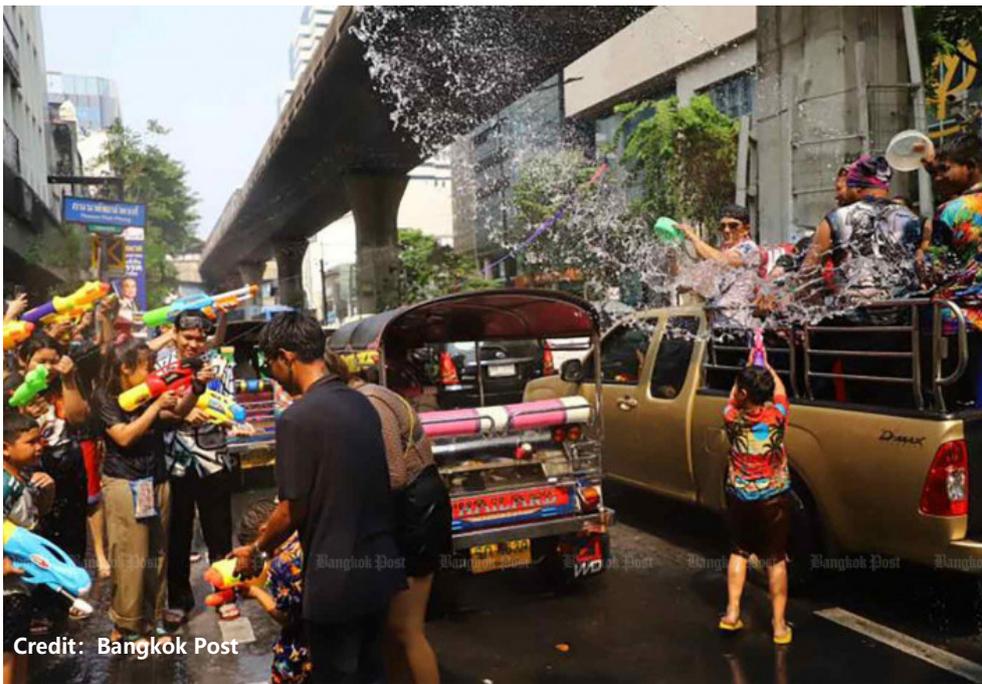
泰国国家软实力发展委员会主席、总理佩通坦亲自挂帅，目标明确：让宋干节从街头巷尾的地方节庆，摇身一变成为媲美巴西狂欢节的全球文化地标。

站在皇家田广场的草坪上，你很难不被这种雄心感染。空气中弥漫着湿漉漉的清凉，水枪的“嗒嗒”声与人群的欢呼此起彼伏，而远处花车上的舞者正踩着节奏挥洒笑容。这不仅是一场节日，更是一场精心编排的文化输出。

八大游行： 从传统到狂野的狂欢地图

今年的世界超级泼水节以八大狂欢游行为核心，串联起泰国文化的多元面孔。无论你是想体验原汁原味的传统，还是追逐现代节庆的狂热，这里总有一款适合你。

走进“五大地区泼水广场”，你仿佛穿越了泰国的地理版图：泰北的兰纳风情带来细腻的泼水礼仪，泰南的热带气息则干脆直接，水花来得猛烈又痛快；曼谷的街头则多了几分都市的喧嚣与活力。游行队伍缓缓经过，花车上装饰着金光闪闪的佛像与五彩缤纷的热带花卉，舞者身着传统服饰，步伐轻盈却充满力量。



Credit: Bangkok Post



Credit: siamsongkran.info



Credit: khaosodenglish

如果你更喜欢节奏感强的狂欢，那就别错过“水战 x 电子音乐节”。在炫目的灯光和轰鸣的低音炮中，水枪成了舞池里的道具，湿透的T恤随着节拍摇摆。至于夜幕降临时分的无人机灯光秀，则是另一场视觉奇观——数百架无人机在空中勾勒出佛塔、莲花与水波的图案，科技与传统在这里交融得恰到好处。

当然，宋干节的灵魂从未离开过它的根基。在“传统庙会”区域，沙雕佛塔一座座垒起，摩天轮缓缓转动，摊贩吆喝着卖烤鸡串和芒果糯米饭，空气里满是人间烟火的香气。而“佛教祈福仪式”和“敬老仪式”则让人慢下来，在泼水的喧闹之外，感受节日的温暖内核——向佛像洒水祈福，向长辈双手合十致敬，这些细腻的瞬间提醒着人们，这是一场关于感恩与新生的庆典。

从地方节庆到全球派对

宋干节的国际化并非一夜之间。2023年12月，它正式被联合国教科文组织列入“人类非物质文化遗产名录”，这一纸认证不仅是对泰国文化的肯定，也为它的全球化之路铺平了道路。

2025年的世界超级泼水节正是这一进程的高潮，曼谷的皇家田广场只是起点，清迈的护城河、芭堤雅的海滩、孔敬的街头，甚至是南部小城合艾，都将在4月整整一个月里沉浸在宋干的狂欢中。

泰国政府显然看到了其中的潜力。他们希望这场节日不仅吸引游客驻足曼谷，更将消费力带到全国各地。清迈的泼水大战或许少了些皇家田的恢弘，却多了几分古城的闲散诗意；芭堤雅的海边派对则直接把水战搬到沙滩上，咸湿的海风与清凉的水花撞在一起，别有一番滋味。



Credit: MGR Online

一场属于你的狂欢

无论你是宋干节的老朋友，还是第一次听闻这个节日，2025年的世界超级泼水节都值得你收拾行囊，亲身跳进这场水花四溅的狂欢。它既是泰国文化的盛大展演，也是全球旅人共享的派对。

从传统庙会的烟火气，到电子音乐节的未来感，再到夜空中绽放的无人机灯光，这里的每一种体验都在诉说同一个故事：宋干节不再只是泰国人的新年，而是属于世界的节日。



Credit: thailandplus



Credit: kidsenglishthailand

UPCOMING PROJECT



GROSS DOMESTIC HAPPINESS

Billkin

冥婚红包爆笑上映

BK PP 人鬼恋“激吻”曝光



2025年3月20日，泰国影坛迎来了一场别开生面的狂欢——由GDH出品的奇幻喜剧电影《冥婚红包》正式登陆院线。这部由Billkin（马群耀）和PP Krit（林祎凯）领衔主演的作品还未上映便声势夺人，不仅打破了GDH电影史上预售票房纪录，更凭借新奇的题材和两位明星的号召力，成为近期亚洲影迷热议的焦点。电影将泰式幽默与鬼怪奇幻巧妙交织，讲述了一段跨越阴阳的爆笑姻缘，既有笑料百出的日常碰撞，也有对人性温暖的细腻描摹。

#ซองแดงแต่งงาน

#TheRedEnvelope

娱乐曼乐 @MANGU ENTERTAINMENT 责任编辑 @Sheldon Chan 美工 / @s.smock



一封红包引发的“人鬼情缘”

故事的起点是一封不起眼的红包，却暗藏玄机。Billkin饰演的Menn是一名刚正不阿的卧底警察，因一次意外捡到了这封“冥婚红包”，从此与PP Krit饰演的鬼魂Titi结下不解之缘。这封红包不仅是冥婚的信物，更是一场奇遇的开端——一个是阳间的硬汉，一个是阴间的“萌鬼”，两人被迫“结婚”，由此展开了一段啼笑皆非的同居生活。

影片改编自2023年中国台湾票房黑马《关于我和鬼变成家人的那件事》。原作以其鬼怪喜剧的独特风格和温馨内核在亚洲市场大获成功，而《冥婚红包》则在泰国导演查扬诺布·布普拉寇（Chayanop Boonprakob）的镜头下，披上了浓浓的泰式风情。

Menn与Titi不仅要在鸡飞狗跳的日常中磨合，还要联手揭开Titi生前死亡的真相。查扬诺布在接受采访时坦言：“我们保留了原作的核心精神，但融入了更多泰国观众熟悉的元素，比如轻松的笑点和鬼怪文化的本土化呈现。”

Billkin与PP Krit： 从荧屏到银幕的默契延续

对于许多观众来说，《冥婚红包》的最大吸引力无疑是Billkin与PP Krit这对“国民CP”的再度携手。两人因2020年的泰剧《以你的心诠释我的爱》走红，剧中细腻的情感演绎和无懈可击的化学反应让他们成为BL剧迷心中的经典组合。如今，他们从电视剧走到大银幕，不仅在片中“喜结连理”，还在奇幻与喜剧的框架下碰撞出新的火花。

Billkin饰演的Menn带着几分硬汉的倔强，却在与Titi的互动中逐渐展露柔软一面；PP Krit则将Titi的活泼与鬼魂的灵动演绎得淋漓尽致，两人的对手戏既搞笑又温馨。影片虽带有BL元素，但导演查扬诺布强调，这并不是一部纯粹的BL电影。“我们想探讨的是人与人之间的羁绊，不论身份、性别，甚至是阴阳两隔，都能找到共鸣。”这种包容的叙事视角，也让《冥婚红包》在类型定位上更具普适性。



Credit: The Standard

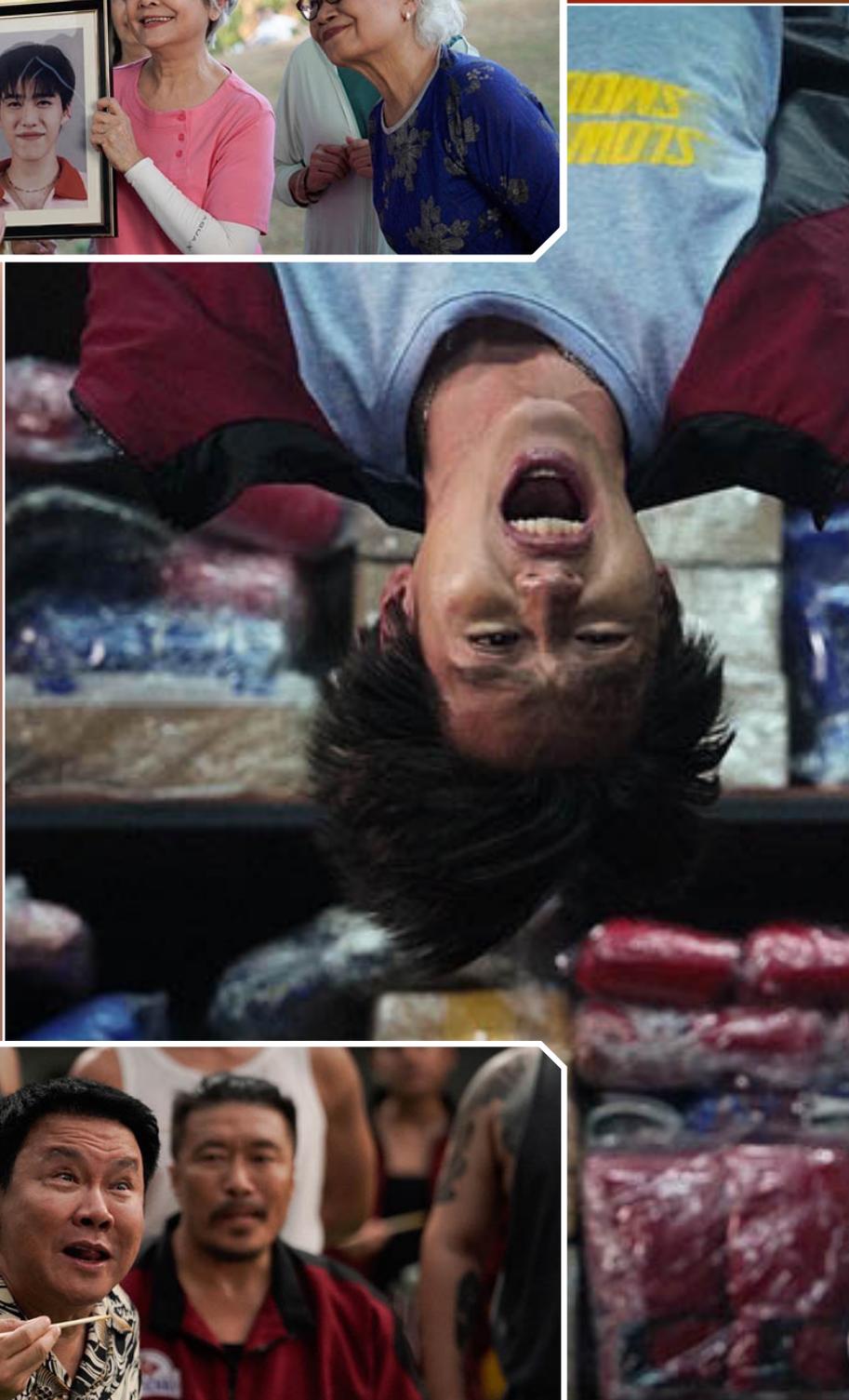


从中国到泰国：本土化的再创造

翻拍从来不是简单的复制粘贴。当GDH宣布将《鬼家人》搬上泰国银幕时，不少影迷既期待又好奇：这部带有浓厚中国文化烙印的作品，如何在泰国语境下焕发新生？为此，制作团队在剧本阶段就进行了大幅调整。原作中的吴明翰是个普通警察，而泰版的Menn则被设定为卧底身份，这一改动不仅让角色更具层次，也为剧情增添了动作与悬疑的张力。

此外，影片在视觉和文化呈现上也融入了泰国特色。泰国的鬼怪传说自成一派，既有恐怖的“鬼妻”传说，也有滑稽的灵异轶事。《冥婚红包》巧妙借用了这些元素，从布景到服化道都透着熟悉的泰式风味。

监制班庄·比辛达拿刚透露：“我们希望这不仅仅是一部翻拍电影，而是一次属于泰国的再创造。”这种用心，也让影片在幽默之外多了一层文化上的亲切感。



THE
STANDARD
POP

Credit: The Standard



泰式喜剧的全球征途

近年来，泰国电影在国际舞台上频频发力，尤其是GDH出品的作品，总能在轻松的笑料中藏下动人的情感。《天才枪手》以考试为切口探讨人性，《友情以上》在暧昧中剖析爱情，而《冥婚红包》则用一封红包串联起人鬼之间的奇妙羁绊。泰式幽默的魅力在于，它从不刻意煽情，却总能在荒诞中让人会心一笑，甚至眼眶一热。

预售票房的火爆已为《冥婚红包》打下坚实基础，而随着正式上映，这部集合了Billkin与PP Krit的明星效应、泰式喜剧的独特风格以及奇幻元素的电影，或许将成为又一部席卷亚洲市场的泰国佳作。正如片中那封红艳艳的冥婚红包，看似离奇，却包裹着最朴实的情感——无论阴阳相隔，连接彼此的，始终是那份跨越界限的理解与陪伴。



在旧时光里，



Credit: Lemon 8 (Gurl.Friends)

品一口泰国本土巧克力

走进曼谷老城区的宋瓦路 (Song Wat)，你会不自觉地放慢脚步。这里离唐人街喧嚣的耀华力路不过五分钟步程，但窄窄的街巷里车流稀疏，没有街边小贩的叫卖声，空气里透着一股沉静的味道。战前的老屋沿着街道排开，朴实无华，功能性的设计里藏着岁月的痕迹。它们不像曼谷其他地方那些被精心修饰的建筑，反而因为这份未经雕琢的粗犷，散发出一种独特的光晕。

街上偶尔能看到年轻人举着手机打卡，镜头对准斑驳的木门或爬满青苔的墙角。可这里的主人仍是那些老人——他们从半掩的门缝里探出身影，或在幽暗的店屋角落打盹，睡姿里带着一辈子的从容。宋瓦路临近昭披耶河，曾经是华人商贾的天下，沿街店屋多是仓库，堆满了五谷杂粮。如今，年轻一代接过老屋的钥匙，把画廊、餐馆甚至巧克力工坊搬了进来。老街不老，反而在这种新旧交融中焕发出别样的生机。

复古巷弄里的巧克力工坊

在宋瓦路的无数故事里，Choch@Songwat 是个特别的存在。这家藏身老街的小店，以泰国本土可可豆为魂，把巧克力这种舶来品变成了地道的地方叙事。推开那扇复古木门，时光仿佛倒流。木窗、雕花门框、古董桌椅，每一处细节都保留了老建筑的原始风貌。阳光从玻璃窗洒进来，打在木质吧台上，空气中弥漫着可可的醇香，像是一场关于味觉与记忆的慢放电影。

Choch@Songwat 不只是个咖啡馆，更像一座微型的巧克力博物馆。店主选用泰国各地的优质可可豆，手工打磨出一块块风味独特的巧克力。这些作品不仅在本地受到追捧，还多次在全球巧克力赛事中摘得奖项。走进这里，你会发现，巧克力不再只是甜腻的代名词，而是带着土地气息的味觉艺术。



Credit: Lemon 8 (Gurl.Friends)



Credit: Lemon 8 (Gurl.Friends)

匠心铸就的甜蜜艺术

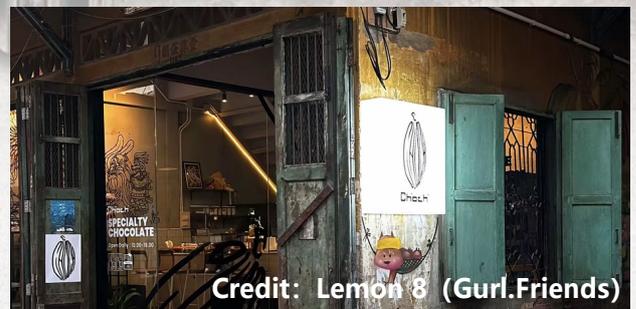
Choch@Songwat 的巧克力棒 (Chocolate Bar) 系列是店里的明星。After Sunrise Charoendee (300泰铢) 选用华欣帕拉乌的可可豆，风味里藏着荔枝和玫瑰的芬芳，层次丰富。这款巧克力在2024年Academy of Chocolate评选中拿下金奖，不仅味道惊艳，连包装都别出心裁——每块巧克力上都雕刻着与外盒呼应的艺术图案，拿在手里像是件小型收藏品。

除了浓郁的黑巧克力，店里还有 Sparkling Cocoa 和 Cocoa Tea 这样轻盈的选择，适合那些初次尝试可可风味的客人。无论是哪一款，Choch@Songwat 都在用自己的方式讲述泰国可可的故事——从种植园到吧台，每一步都带着匠人的温度。

隐秘街巷里的甜美角落

Choch@Songwat 坐落在宋瓦路9号，藏在一扇不起眼的木门后。从 MRT 龙莲寺站 (Wat Mangkon) 1号出口出来，沿着巷子步行五分钟，就能找到此处隐秘的甜美角落。店铺不大，玻璃窗设计让路人能一眼看到吧台上手工调制巧克力的场景。店内座位不多，更多人选择外带，把这份老城区的味道带回家慢慢品味。

在曼谷这个咖啡馆遍地开花的城市，Choch@Songwat 用对本土可可的专注脱颖而出。它不仅是一间巧克力店，更像一个连接过去与现在的窗口。无论是巧克力痴迷者，还是喜欢挖掘本地风味的旅人，这里都值得你停下脚步，在宋瓦路的旧时光里，品一口属于泰国的甜蜜秘密。



Credit: Lemon 8 (Gurl.Friends)

地址: 1192 Song Wat Rd, Chakkrawat,
Samphanthawong,
Bangkok 10100

营业时间: 星期一至星期日:
10:00 AM - 6:00 PM



责任编辑/@Sheldon Chan 外联/@张子钰 摄影/@MAO 美工/@s.smock

曼明星 @MANGU STAR

牙医爱上病患！ 无法自拔，甜虐爆棚！

——专访泰国GMMTV旗下艺人
Mark Pakin、Ohm Thipakorn

曼谷的街头总是喧嚣而迷人，甜品的香气从摊贩的锅里溢出，与湄南河畔湿热的空气缠绕在一起，仿佛在预告一场别样的际遇。2025年3月21日，泰国GMMTV新剧《难以自拔》带着这样的气息登陆屏幕，改编自Jitti Rain同名小说的它，以一场从牙齿到心跳的旅程，迅速俘获了观众的心。主演Mark Pakin和Ohm Thipakorn的化学反应，不仅点燃了荧屏，也在现实中织就了一段让人回味的默契传奇。

故事的起点带着点荒诞的喜感，却又真实得让人忍俊不禁。Ohm饰演的Sant是个甜品ASMR网红，每天对着镜头轻声拆解一块块蛋糕，呢喃中藏着诱惑，屏幕前的粉丝沉醉于此。然而，镜头之外，他的牙齿却成了甜食的“牺牲品”。一次直播中，他咬到一块硬物，牙疼得让他皱紧眉头，只得硬着头皮走进牙医诊所。そこで（在那里），他遇见了Mark饰演的Jay——一个自恋又风趣的牙医实习生。两人并非初见，一场不欢而散的约会曾让他们彼此避之不及，可这颗坏牙却像命运的使者，硬生生将他们拉回彼此的轨道。

《难以自拔》没有急于铺陈浪漫，而是让Sant和Jay在拌嘴与试探中逐渐靠近。Sant外表独立倔强，内心却藏着敏感的裂痕；Jay则用玩世不恭的笑脸掩饰对感情的执着。从针锋相对到心动暗生，这段感情像一颗手工糖果，甜得恰到好处，又带着现实的微苦。观众看得心动，却也忍不住感慨：这不只是爱情，更是两个灵魂在碰撞中彼此疗愈的过程。

首播后，Mark和Ohm的默契成了剧迷热议的焦点。Mark回忆起试镜时的情景，笑言两人几乎无需磨合：“就像认识了很久的朋友，一开口就知道对方要说什么。”Ohm则补充，Mark的魅力藏在细节里，“他演戏时全情投入，私下又特别温暖，和他搭档完全没有压力。”两人初见时其实并无太多交集，Mark形容Ohm像个“熟悉的陌生人”，Ohm则觉得Mark看似外向，却需要时间打开心扉。可正是这份微妙的距离感，成了合作的催化剂。

片场里，他们的默契无需导演多言。一个眼神，一句即兴台词，就能接住对方的戏。有一场戏，Sant无意戳中Jay的痛处，两人从争吵到沉默，情感层层递进，连工作人员都忍不住鼓掌。Mark事后笑着说：“拍完那天，我都怀疑自己是不是真生气了。”Ohm则坦言，演Sant让他找到了共鸣，“那种表面硬撑、内心柔软的感觉，我太懂了。”这种角色与自我的交融，让他们的表演多了几分灵魂的重量。

剧中最打动人的一幕，发生在湄南河畔的码头。夜色渐浓，Jay鼓起勇气向Sant剖白心迹，河面映着灯光，船笛声断续响起。那一刻，喧嚣隐去，两人的对话却直击人心。Mark回忆拍摄时，码头人声鼎沸，“我们得一边躲游客，一边找感觉，拍了好几条才过。”Ohm则说，这场戏是Sant内心转变的分水岭，“从抗拒到动摇，再到接受，我得把情绪的波澜演出来。”播出后，这段码头告白成了“名场面”，网友直呼：“Jay的眼神太会偷心了。”两人的投入，不仅撑起了剧情，也让彼此看到了对方的深度。

《难以自拔》之所以能脱颖而出，不只在在于甜蜜的化学反应，更在于它对现实的细腻描摹。Sant因甜食坏掉的牙齿，是他生活失衡的隐喻；Jay选择牙医，则是他对责任的回应。剧中还穿插了亲情与友情的侧写——Sant与家人的疏离，Jay在实习中的压力，都让故事多了几分沉甸甸的质感。Ohm说：“剧本保留了小说的精髓，但视觉化后更鲜活。”Mark则提到，新增的幽默细节让角色更接地气，“Jay的一些小动作，连我自己看了都觉得可爱。”

观众评论：“这不是单纯的爱情故事，而是每个人都能找到自己的影子。”甜蜜让人脸红心跳，成长的挣扎又令人共鸣。从一颗坏牙到一段深情，这场旅程既有糖霜的甜腻，也有生活的微苦。而Mark和Ohm的表演，既是角色的灵魂，也是彼此的镜子。Ohm坦言：“演Sant让我重新思考，如何在感情里找到自己。”Mark则希望观众能感受到温暖，“像吃完甜品，又像看完牙医，清爽又满足。”

Mark和Ohm用他们的默契，带着观众走进了一个既熟悉又陌生的世界。从牙疼的偶然相遇，到心动的必然相知，这段旅程像湄南河的水流，静静流淌，却又激起层层涟漪。屏幕上的故事还在继续，而现实中的他们，也在这场合作中收获了珍贵的共鸣。正如剧名所言，这份情感的引力，早已让人难以自拔——不仅是Sant和Jay，也是Mark和Ohm，以及每一个沉浸其中的观众。





ManGu: 一开始得知将合作出演电视剧《难以自拔》(Sweet Tooth Good Dentist), 两位感觉如何? 可以跟我们分享一下当时的感受吗?

Mark: 正式开拍之前先先去试镜, 通过了以后才知道一起出演的搭档是谁。说实话, 我很开心可以和Ohm一起出演这部电视剧。试镜时, 我们的配合就很默契, 我相信我们两个之间可以产生很不错的化学反应。为什么这么说呢? 是因为来参加的试镜的演员非常多, 相互搭档试戏过后, 我发现只有和Ohm演对手戏是最有感觉的, 所以很高兴能够和Ohm搭档出演这部剧。

Ohm: 是的, 得知要和Mark一起搭档出演我本人也非常开心, Mark是非常优秀的演员, 相信一起工作的话会非常顺利。不仅如此, 此前接受其他媒体采访时我也说过, 尽管Mark的长相可能不是最帅的, 但他极具个人魅力。所以, 我真的很开心此次能够和Mark一起出演这部剧。

ManGu: 两位认识很久了吗? 对对方的第一印象是怎样的呢?

Mark: 在这之前我俩根本不认识。我进入GMMTV的时间比Ohm早一点, 尽管在同一家公司, 但平时根本没有交集。拍摄电视剧《不曾遗忘的暮色》(Last Twilight Series) 的时候, 也没怎么见过面, 唯一的一次还是在开拍前的剧本围读会上。说起对Ohm的第一印象, 用一句话来概括就是很熟悉的面孔但相互之间基本上没什么交流。

Ohm: 大家印象中的Mark是一个非常外向活泼的人, 跟谁都能聊起来, 但第一次见面时我觉得他也不是完全和谁都自来熟, 关键当时我俩也不是很熟, 我也不知道该用什么话题开启我们的对话。后面熟悉之后就很好多了, 彼此之间也相互打开了心扉和展现自我。在一起工作了这么久, 我发现Mark是一个很努力的人, 和他在一起感觉非常舒心, 可能是因为我们俩都是比较敏感的人吧, 所以在很多事情上能够相互理解和共情。

ManGu: 如果用三个词来形容对方, 你们会选择什么呢?

Mark: 友善、孤单寂寞和以自我为中心。

Ohm: 文静但性感、不孤单寂寞和不以自我为中心。

ManGu: 两位可以跟我们简单分享一下《难以自拔》(Sweet Tooth Good Dentist) 这部剧的剧情和各自饰演的人物形象吗?

Mark: 我在剧中饰演Jay, 是一名牙医专业大五的学生。

Ohm: 我在剧中饰演甜品探店博主 Sant。由于长期忙于工作, 我疏于照顾自己, 再加上频繁品尝各类甜品, 导致牙齿出现了严重问题。然而, 高昂的治疗费用让我陷入困境。无奈之下, Sant 想到一个办法——成为牙医专业毕业年级学生的实验对象, 以此获得免费的治疗。

Mark: 是的, 刚好我饰演的Jay需要治疗案例作为毕业论文设计的一部分, 两人就这样在偶然的情况下相遇。但其实这不是他们第一次见面, 在这之前两人曾经有过一段不太愉快的约会经历。再次重逢之后, 两人因治疗等原因被迫频繁接触, Sant虽然试图逃避, 却逐渐被Jay的执着打动, 重新考虑两人之间的关系。

ManGu: 这部剧是根据小说内容改编拍摄的，两位有看过原著吗？相比之下有什么不同？

Ohm: 在我看来，两者之间没有什么不同，电视剧对原著小说中所描述的情节和人物形象进行了还原，让大家能够感受到更加生动形象的场景和画面。

Mark: 是的，基本上还原了小说的内容。如果有不同之处，我觉得电视剧对于人物形象的刻画会更加细腻。为了更好地展现人物形象和魅力，有些故事剧情做了一些变动，其他基本上和原著小说没有什么大的差别。

ManGu: : 两位认为现实生活中的自己和所饰演的角色相比有什么相同和不同之处呢？

Mark: 就职业来讲，演员和牙医之间有着很大的差别。但就性格而言，我和所饰演的角色Jay还是比较相像的。因为这部剧是改编自小说，导演和编剧在选角时心里已经大概有了想法需要什么样的演员来饰演，而我和Ohm能够通过试镜有一部分原因也是因为现实生活中的我们和剧中角色比较相像。

Ohm: 是的，现实生活中的我和所饰演角色的人物性格很相像，正是这样，在拍摄过程中我们可以更好地把握角色设定，从而呈现出最好的效果。但是，有些场景还是比较有挑战性的，需要我下功夫去学习和把握。

ManGu: Mark在剧中饰演牙医专业的学生，在拍摄准备过程中有专门去学习相关的专业知识吗？

Mark: 开拍之前，我们主要做的工作是围读剧本，就如何推进角色间关系进行探讨分析。至于牙医专业方面的知识，尽管没有专门地进行学习，但每次拍摄涉及诊所和治疗相关的场景时，现场都会有牙医专业的老师作为顾问进行指导，尽可能还原牙医的真实工作流程和状态。

ManGu: 如果真的成为一名牙医，Mark认为自己属于什么类型的医生呢？比较温柔细腻还是高冷严肃？

Mark: 我觉得我会是比较可爱和善良的医生形象，医生给病人的第一印象很重要，影响到病人是否信任和接纳这位医生为自己治疗。剧中，Jay就是这样，作为医生的他和平时的他完全是两个样子。作为医生时，他很可爱，对待每一位病人都很温和；而平时处理和Sant的关系时则是另外一个样子。

Ohm: 是的，如果现实生活中Mark真的成为一名医生，应该和剧中所饰演的Jay很像，什么年龄段的病人他都能够很好地交流和沟通。因为现实中他就是一个很善良、乐于助人而且很喜欢小朋友的人，如果真的成为一名医生他肯定可以做得很好。

ManGu: 拍摄过程中，两位觉得印象最深刻或者说最有感觉的场景是哪一幕呢？

Mark: 我觉得是Jay在码头面对Sant敞开心扉的场景。剧中，Jay是一个将情绪隐藏得很好的人，不会轻易将自己的想法表达出来。但这一幕Jay突破自我，向Sant敞开心扉可以说非常印象深刻。此外，这一幕的拍摄地点就在渭南河畔的一个码头，来来往往的人和船只非常多，对于拍摄来说也极具挑战性。

Ohm: 对我来说也是这个场景，但不是因为剧情，而是如何把握自己的情绪，对演员的演技是一个很大的考验。

ManGu: 现实生活中Ohm喜欢吃甜品吗？

Ohm: 喜欢，但不会经常吃。因为我是易胖体质，一吃就会胖，而且还长痘。







ManGu: 如果真的成为一名甜品探店博主，Ohm觉得自己可以将账号做得很有名吗？

Ohm: 就我个人能力来说，应该可以做到有很多粉丝关注。很多人说我的声音和言语很有感染力，如果真的去做探店博主，应该会做得很不错。其实我有偷偷想过空闲时间里试着做博主，但不知道做什么内容好。

ManGu: 如果要推荐泰国甜品或美食给海外粉丝们，两位会推荐什么呢？

Mark: 甜品的话我很喜欢Khanom Thuai (类似钵仔糕，由米粉、椰奶、糖和斑斓叶等制成)，经常和泰式船面一起售卖，非常推荐给大家。

Ohm: 相信很多海外粉丝们来泰国旅游对泰式炒粉和冬阴功汤等美食很熟悉了，所以我想推荐给大家的是泰国南部菜，味道比较浓郁强烈。如果必须选一道菜品的话，那一定是Kaeng Som (酸咖喱汤)。

ManGu: 从以往的作品来看，两位饰演过很多不同职业的角色。现实生活中，如果不做演员，两位想尝试什么职业呢？

Ohm: 如果不做演员，我想成为一名建筑师或设计师。平时我还蛮喜欢设计一类的东西，当时申请大学时，我的第一选择就是建筑，其次才是传媒。如果以后有机会，我也想抽出时间去继续学习。

Mark: 现阶段，如果问我除了演员之外想做什么，我自己也想不到，因为现在对我来说就是最好的状态，演员就是我想做的事情。但是如果必须选一个的话，应该还是继续做羽毛球运动员或者教练。

ManGu: 刚刚Mark提到自己之前作为羽毛球运动员的经历，那二位私下有一起打过球吗？

Mark: 没有，实在是没有时间。

Ohm: 我之前邀请过他，但是他说没空所以就作罢了。

Mark: 其实，在退役之后我就很少锻炼了。从7岁开始一直到21、22岁，差不多15年的时间我都在从事体育，把打羽毛球作为职业道路。如果现在再让我去锻炼或者打球，我真的不想去，觉得很没意思，但是为了保持身体健康而进行的锻炼还是需要去做的。

责任编辑/ @Sheldon Chan 外联/ @张子钰 摄影/ @MAO 美工/ @s.smock



曼明星 @MANGUSTAR



ManGu: 说回到这部剧，整个拍摄过程都是在曼谷取景吗？还是有些场景在外府？

Mark: 有些场景是在曼谷拍摄的，有些场景实在素攀武里府拍的。比如这次拍摄过程中有些场景是在大片水田当中拍摄，和之前在海边或山里拍摄是完全不同的感觉。

Ohm: 而且我们当时去拍摄时，当地天气非常凉爽，气温只有10多度，特别舒服。

ManGu: 拍摄过程中有发生什么有趣的事吗？可以跟我们分享一下吗？

Ohm: 平时我的身体状态不是很好，经常生病。拍摄过程中有一天，不知道为什么我就一直打嗝，根本止不住。为了能早点收工，Mark不得不一直忍着笑，配合我演完了对手戏。还有一天，因为过敏我吃了药来控制，结果可能对那个药也过敏，导致之后整个脸全肿起来了。

Mark: 刚好那天需要拍摄的场景就是Sant生病的场景，到时候剧播出来，大家就能看到当时的情景。Sant生病完全不是演出来的，而是Ohm真的病了。

Ohm: 因为先天原因，我说话时的发音不是很清晰。刚开拍时，为了能够清晰地展现台词，我还去做了一个割舌系带小手术。

Mark: 为了呈现出最好的效果去做了手术，但是很好笑的，割了之后更不清晰了，因为伤口还没有完全恢复好，依旧肿着。到时候大家看剧就知道啦，刚开始有些场景Ohm在说台词时舌系带还肿着嘞。

Ohm: 如果看到那部分，请大家多多包涵呐。

Mark: 我觉得最有趣的事是骑水牛。当时拍摄的时候我可害怕了，因为我觉得水牛这种动物很依赖自己的主人，只听主人的话，万一我骑上去它看到我这个陌生面孔直接冲出去怎么办，事实上的确是我多虑了。当时那个场景需要我展现出帅气的一面，但从我的眼睛可以看出我超级害怕，想赶紧从水牛身上跳下去。

Ohm: 而且那天那头水牛的情绪很不好。

Mark: 对，感觉像是一大早就被拉去犁地，完全没有休息。当时拍摄是在下午，水牛已经很累很饿了，所以不是很配合，拍着拍着就脱离镜头范围了。

Ohm: 但确实很有趣对吧，可以和动物进行互动。



ManGu: 如果现实生活中有一个像Jay医生的人来追求你，你会怎么办？

Mark: 我不喜欢被追求，无论对方是谁，哪怕是我喜欢的人我也不会回应他的追求。如果真的喜欢对方，我会主动去追求他。

Ohm: 我还挺喜欢被追求的感觉，但如果是剧中Jay医生这种，我会觉得很奇怪，他的很多行为都异于常人，没办法理解。如果真的有这样的人，我肯定已经发给我的朋友一起偷偷议论他了。

Mark: 对对对，如果单从表面上看，Jay医生的很多行为真的奇怪。但如果熟悉了之后就明白他为什么那么做了。

ManGu: 如果之后有机会继续合作，两位想出演什么类型的电视剧呢？

Mark: 《难以自拔》(Sweet Tooth Good Dentist) 这部剧属于爱情喜剧，如果之后有机会继续合作，我想我们一起演比较抓马的剧或者黑色喜剧，想尝试一些没有演过的职业。

Ohm: 我也想演比较抓马的剧，之前虽然出演过这样的剧，但主要是配角，没有正儿八经的演绎抓马桥段。如果之后有机会，想在这类题材的剧中挑战一下自己。

ManGu: 那你们两位的粉丝昵称是什么呢？

Mark: 现在还没有呢，我俩也商量过这个，但最终决定还是尊重粉丝们的想法。

Ohm: 是的，希望粉丝们可以积极发表意见。

ManGu: 最近这部剧已经进入了宣发阶段，两位私下有看粉丝们的评论和反馈吗？

Mark: 当然，我们也在一直关注粉丝们的反馈，看到了很多支持我们的评论。主要我们这部剧从推介会宣布开始到现在已经一年多，粉丝们也在一直等待，很担心他们等得不耐烦了，但好在马上就要播出啦，大家不用再苦苦等待了。

Ohm: 我之前看到一个很有意思的评论，“我和前男友还在一起时就期待这部剧，直到现在我都单身了才等到播出。”

Mark: 这位粉丝很可爱啊，单身也挺好的，可以有很多时间来追我们这部剧。

ManGu: 最后，两位有什么想和粉丝们以及我们的读者朋友们讲的话吗？

Mark: 谢谢大家一直以来对我们的支持和喜爱！无论是正面的评价还是负面的，我们都虚心接受，感谢大家关注我们的作品！

Ohm: 是的！就像Mark说的，无论是正面的还是负面的评价，大家都可以反馈给我们，让我们可以不断总结和进步。最重要的还是希望大家能够喜欢我们这部剧，能够带给粉丝们快乐和幸福那就足够了，谢谢大家对我们的支持！

Mark&Ohm: 最后，大家别忘了关注@ManGu曼谷杂志对我们的采访哟！



E-MAGAZINE

MANGU

@曼谷
ManGu

牙医爱上病患！
无法自拔，甜虐爆棚！

——专访泰国GMMTV旗下艺人
MARK PAKIN、OHM THIPAKORN

ISSUE
301