

“泰國通” 胡慧沖

無論是泰國旅遊食、買、玩資訊，還是在香港泰國餐廳的推介中，都不難見到胡慧沖（Roger）的身影。現居泰國曼谷、有“泰國通”之稱的他早前回港獲 U Magazine 頒發“星級旅遊達人”獎，既有知名度和粉絲基礎的他作為 KOL 向來勤力推廣泰國旅遊，在泰幫助港人不遺餘力，即使儲不到“like”，他仍計劃繼續發掘“你未見過的泰國”，在能力範圍內做到最好。

文：香港文匯報記者 張岳悅 部分圖片由受訪者提供

Roger 曾在香港各傳媒撰寫旅遊稿推廣泰國，於2000年獲泰國政府旅遊局頒授“friends of thailand”獎項及在2012年獲頒授泰國旅遊大使榮譽身份。他於1990年第一次踏足泰國後便瘋狂愛上泰國，之後數年內不斷出入泰國旅遊，並努力學習泰語。2001年始旅居泰國曼谷，為泰國旅遊愛好者搜尋更新、更豐富的泰國吃喝玩樂全新旅遊景點，除了出版泰國旅遊書籍外，其個人網站“泰友營”更成為香港頗受歡迎的泰國旅遊網站。

保持優勢 不懼道歉

在 KOL（關鍵意見領袖）風行的網絡時代，Roger 依然保持着自己的優勢——定居泰國，常能最快獲取最新資訊；已有一定知名度和粉絲基礎，還有電視節目加持，即便泰國旅遊達人不在少數，被稱之為“泰國通”的也只有他一個；還有一點是“勤力”，無論是個人 facebook 主頁還是“泰友營”頁面，資訊更新極快，每日發佈幾次貼文是平常事，面對網友的 inbox 個別提問，他也總會不厭其煩地以語音及時回覆，“今時今日，新的旅遊達人愈來愈多，但網友還是相信我、肯來問我，我很感謝他們，也很珍惜這樣的機會。”

他坦言，當你幫助了一百個人，他們不一定會心存感激，但若不小心得罪了一個，反而會被指責，唯有盡力做到最好。另一方面，作為公眾人物的他並不懼怕和網友道歉，敢於承認自己做得不夠好的地方，以“對不起”化解誤會，平息網友怨氣。“但道歉也不是萬試萬靈，試過有一次出版社在 facebook 組織網友玩遊戲，有位女士來問我相關事宜，我答說自己也不清楚但可以幫她問下，就這樣反被她留言鬧我扮有型，我即刻留口訊再三向她道歉，卻被她以公開錄音來威脅我不要再糾纏。”這樣的經歷使他日後更為小心地處理與網友的關係。

原來不少港人在泰國時也曾打電話給 Roger 尋求幫助，從自駕遊交通事故到酒店打爛玻璃，他也幫得就幫，甚至自掏腰包解決爭端，務必使港人留下對泰國旅遊的好印象。

做泰國的“蝙蝠俠”

在2010年4月泰國紅衫軍示威事件期間，Roger 拍攝了不少當地實況，加上粵語旁白，上載到 youtube 供傳媒及香港人參考，

更於5月時在無綫電視晚間新聞即時報道紅衫軍與軍隊清場情況，他更冒生命危險以記者身份、戴上臂章、傳媒證，甚至頭盔避彈衣採訪。他笑稱自己是“蝙蝠俠”，盡能力第一時間趕到現場了解實際情況，出手助人或幫做翻譯，為隨後的記者探索真相打下基礎。Roger 的行動同時幫助網友了解泰國的真實現狀，他提起當年泰國水災，不少人以為整個泰國都被水浸，住在曼谷的他卻表示：“日日出街，水都無滴”，講明受水災影響的只是泰國少數地區，對遊客的行程並不會造成影響。

聽聞 Roger 與泰國的淵源來自於一次平價泰國團之旅，不由問他泰國最吸引人的魅力所在，他講起不久前在泰國 7-11 便利店的一次窩心經歷：“我在店裡買了個奶醬包，門口吃完之後手指竊竊立立，便想再去買包紙巾，店員卻說不用買，免費給我廁紙擦手，再帶我進去洗手，使我感受到金錢之外的濃濃的人情味，以及泰國人的友善和熱情。”他認為，這個世界哪裡都會有壞人，泰國有，香港也有，但泰國人懂得尊師重道，忠君愛國，也不會有人對國旗和國歌提出質疑，“泰國是第三世界國家又如何？人民搵到飯食，生活得開心，旅遊業依然蓬勃，這就是好的。”

發掘泰國文化新景點

為了收集更多的第一手資訊，Roger 從不介意自費試食新餐廳、試住新酒店，再影靚相與網友分享，他心態超好，將自費項目視為“充電”，何樂而不為？最近他繼續幫無綫電視拍旅遊節目《沖遊泰國》第三輯，也不斷發掘食、買、玩之外的泰國文化景點，例如曼谷河邊泰國華僑新一代建的公園和媽祖廟，建設中的展覽館將講述當年泰國華僑的生活境況和中華文化的傳承，中式建築物保存良好，另有八間不同主題意念的商店售賣年輕本土設計師的作品，作品中還有中泰文化融合的體現。這裡的名字叫做 Lhong 1919，1919 正是華僑在此創業起家的年份，而 Lhong 的中文就是廊，藝廊。“整個地方雖然掛了紅燈籠，亦都有一些中式歌樂在播放，但感覺絕不老土，反而給人感覺是一種懷舊的古老泰華情意結。”奈何港人始終對這類景點興趣欠缺，Roger 在誠心推薦之餘還有一絲無奈。

Roger 坦言，香港遊客對泰國的興趣向來



■ Roger 早前獲 U Magazine 頒發“星級旅遊達人”獎。張岳悅 攝

在 KOL 的時代做好自己



■ Roger 推介的曼谷新景點，Lhong 1919。

集中在曼谷的食、買、玩，多年來未曾有過變化，“我並非不想衝出曼谷，曾試過請攝影和助手一起搭內陸機去偏遠些的省府拍攝，發掘‘你未見過的泰國’。內地現在開始流行深度遊，但對香港人來說，時間就是金錢，此類新景點自然乏人問津，在香港沒有市場。我在便利店門口拿着榴槤雪糕的相片都有幾千個 like，幾經周折影出來的震撼靚相卻只有幾個 like。”雖受打擊，他未來仍計劃繼續發掘“你未見過的泰國”，也為自我滿足和成就感。

泰國的創意優勢

在泰多年，Roger 眼見泰國旅遊業的變化，政府也在不斷改善不足之處，例如旅遊局和警方合作監管非法的士司機、“零團費”旅行團等，以提升泰國的正面旅遊形象。值得一提的是，泰國設計富於創意，從廣告和工藝品中可見一斑，Roger 稱其與政府的大力推動有關，有獎項和贊助支持一班創作人士。而在廣告方面，他認為，與香港多繁文縟節相比，泰國廣告少了條條框框的限制，發揮空間更大。



■ “泰友營”網站瀏覽人數超過3,000萬人。