

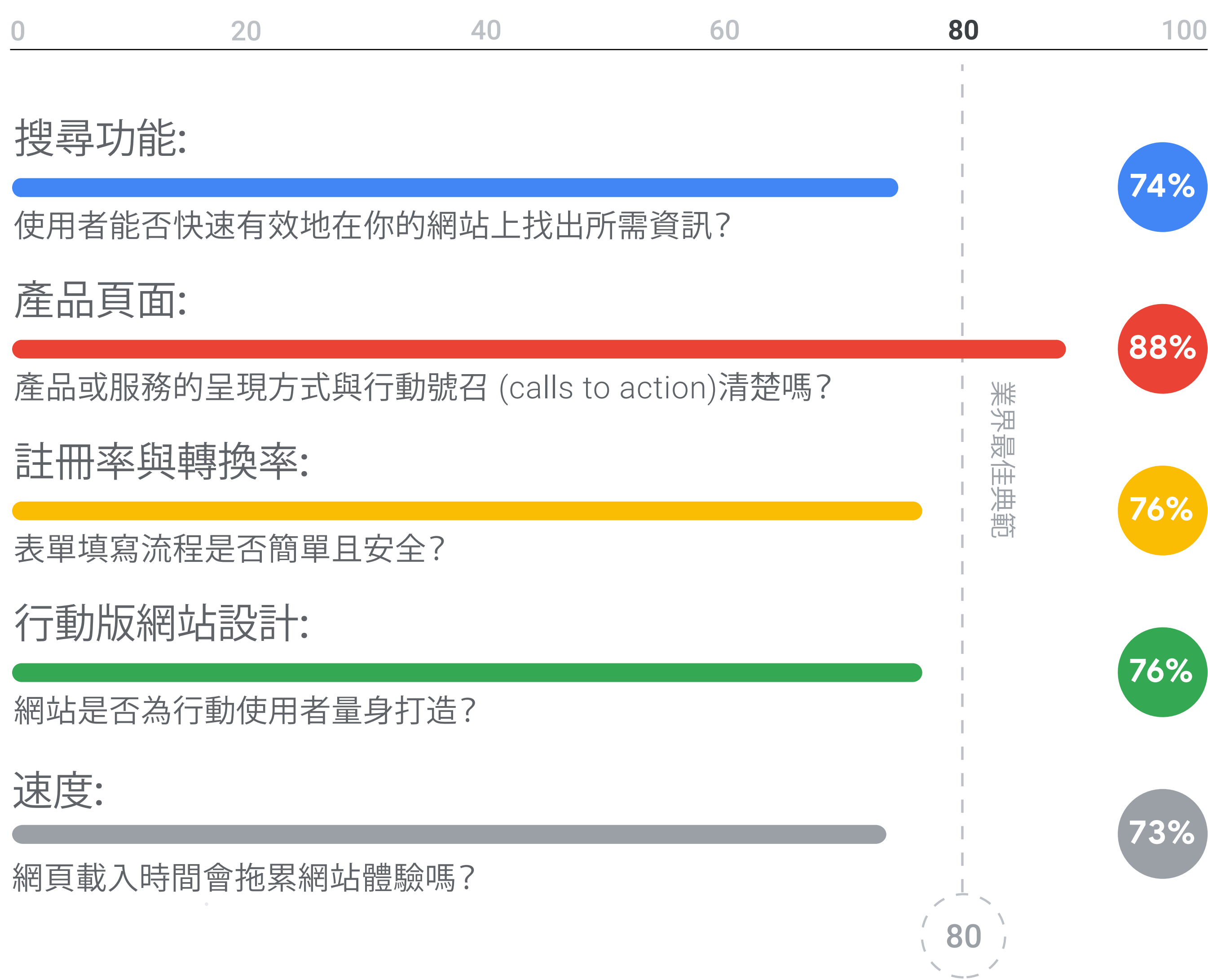
# 最佳行動版網站風雲榜：大中華區報告

大中華區有超過 7 億名網際網路使用者，是全世界上網人口最多、以行動為優先的市場之一。透過智慧型手機，品牌每一次與這些消費者的互動，都有著關鍵性的影響力。消費者對快速且流暢的行動體驗，期待之高前所未見。為了協助品牌確保自身提供的行動體驗符合時下趨勢，我們委託 Accenture Interactive，針對香港、台灣和中國大陸 140 個流量最高的行動網站進行使用者體驗的相關研究。

**66%**  
的消費者購物前會使用智慧型手機上網搜集資訊。<sup>1</sup>

**53%**  
的消費者在行動版網站載入時間超過 3 秒的狀況下，會離開該網站。<sup>2</sup>

## 在 5 項指標中，大中華區的行動版網站在其中一個象限表現超過業界最佳典範

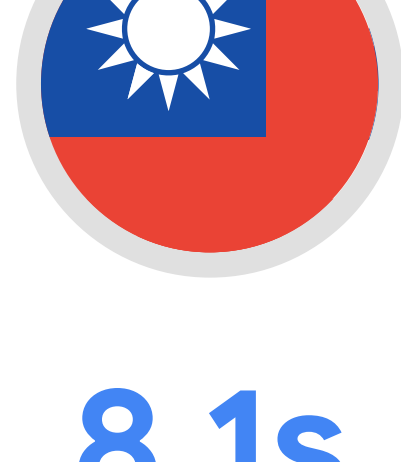


## 大中華區行動版網站的速度仍有改善空間

香港、台灣和中國大陸的行動版網站平均載入時間為 6.7 秒，成績名列前茅；其中中國大陸網站的載入時間為 5.4 秒，在亞太地區速度最快，但仍然比建議速度的 3 秒慢。



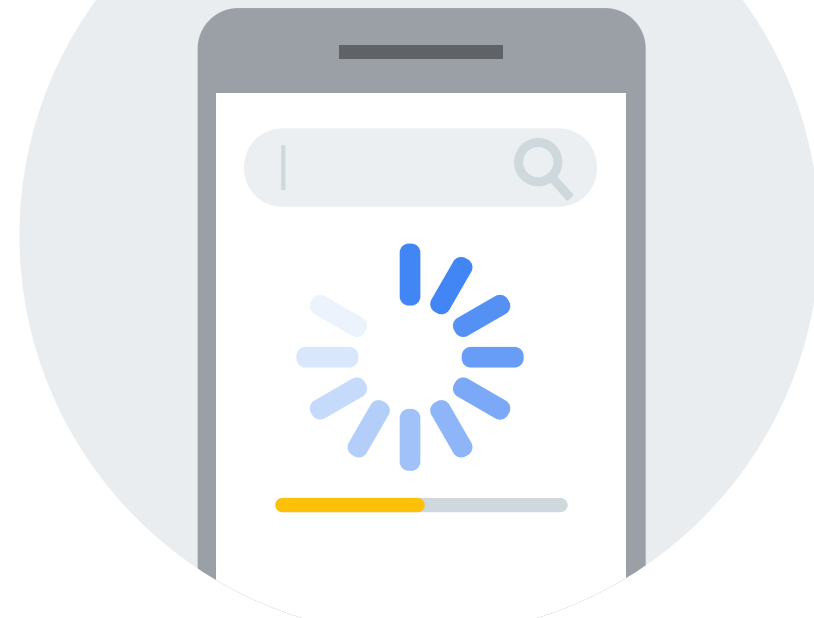
**5.4s**  
中國大陸



**8.1s**  
台灣



**8.7s**  
香港



**20%**

行動網頁載入時間每多 1 秒，轉換率就會下降 20%。<sup>2</sup>

## 為了提升網站速度，品牌必須做到下列幾件事：

- 壓縮文字和圖片素材，減少網站需要載入的內容量
- 對圖片和 HTML 元素等靜態物件進行快取，避免瀏覽器必須重複送出要求
- 縮短伺服器回應時間，以應付湧入網站的大量人潮

但光是提升速度還不夠，行動版網站也必須持續提供流暢的體驗

## 表現優異的最佳行動版網站

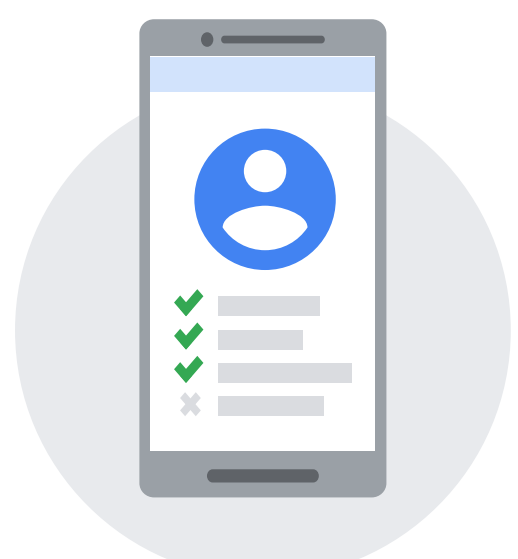
在 5 項指標中，下列品牌的表現比同業更加傑出

| 金融服務                     | 零售商務                   | 旅遊                         |
|--------------------------|------------------------|----------------------------|
| IG 集團 (香港) <b>86%</b>    | iHerb (香港) <b>88%</b>  | HK Express (香港) <b>90%</b> |
| 星展銀行 (香港) <b>82%</b>     | 華碩 (台灣) <b>87%</b>     | Hotels.com (台灣) <b>86%</b> |
| 中國建設銀行 (中國大陸) <b>81%</b> | 京東 (中國大陸) <b>86%</b>   | Klook (香港) <b>85%</b>      |
| 興業銀行 (中國大陸) <b>77%</b>   | 華為 (香港) <b>85%</b>     | Expedia (香港) <b>84%</b>    |
| 拉卡拉 (中國大陸) <b>77%</b>    | 汽車大全 (中國大陸) <b>82%</b> | Airbnb (台灣) <b>84%</b>     |

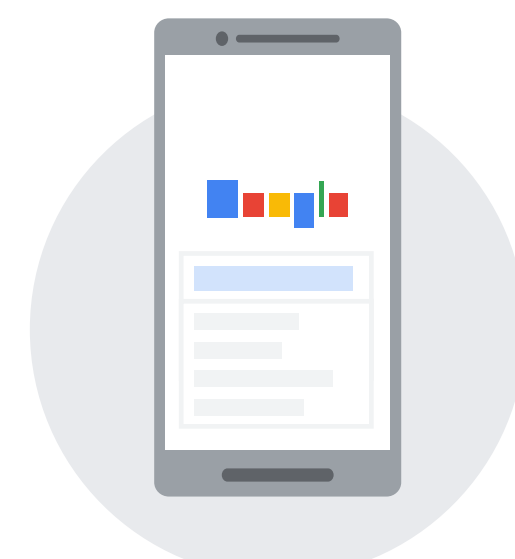
## 值得學習的做法



使用「自動完成」功能向使用者建議熱門搜尋字詞。



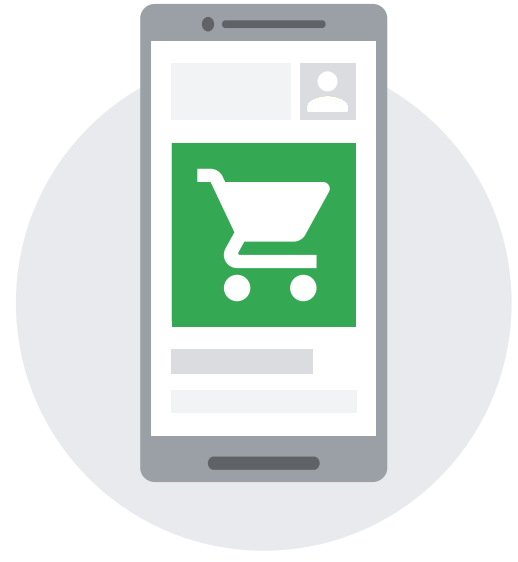
清楚讓使用者了解建立帳戶的好處



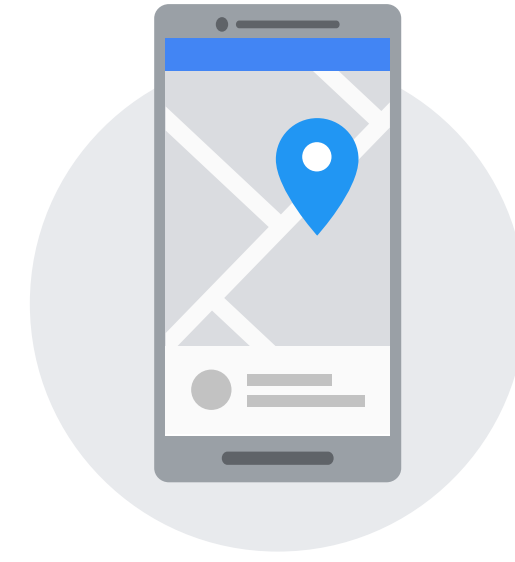
正確地為表單中的輸入欄位加入代碼來使用自動填入功能



即時在預訂表單中標出填錯的部分和錯別字



允許使用者以訪客身分儲存及購買產品



運用地圖為旅客呈現住宿選項方便瀏覽

「對電子商務品牌來說，優異的使用者體驗設計能改善使用經驗進而提升銷售量與轉換率；在購物階段，良好的設計尤其重要，體驗中的不便過多可能讓品牌面臨大筆損失。我們的產品小組力求成為業界標竿，因此非常重視持續的測試及網站使用經驗評估。」

— 京東產品總監 Yinong Guo

資料來源

1 Google/Kantar TNS 於 2017 年 3 月進行的《Path to Purchase Study》(購物路徑研究)，樣本為 4,500 名香港、台灣與中國的受訪者。  
2 Google 研究, Webpagetest.org, 取樣對象為世界各地 1,100 萬個以全球通用 4G 網路載入的行動版網站網域, 2018 年 1 月。