

A young woman with long dark hair, wearing a white shirt, is smiling and looking down at her smartphone. She is outdoors, with a blurred background of greenery and buildings.

最佳行動版網 站風雲榜

大中華區
2018 年區域報告

Google

Accenture Interactive

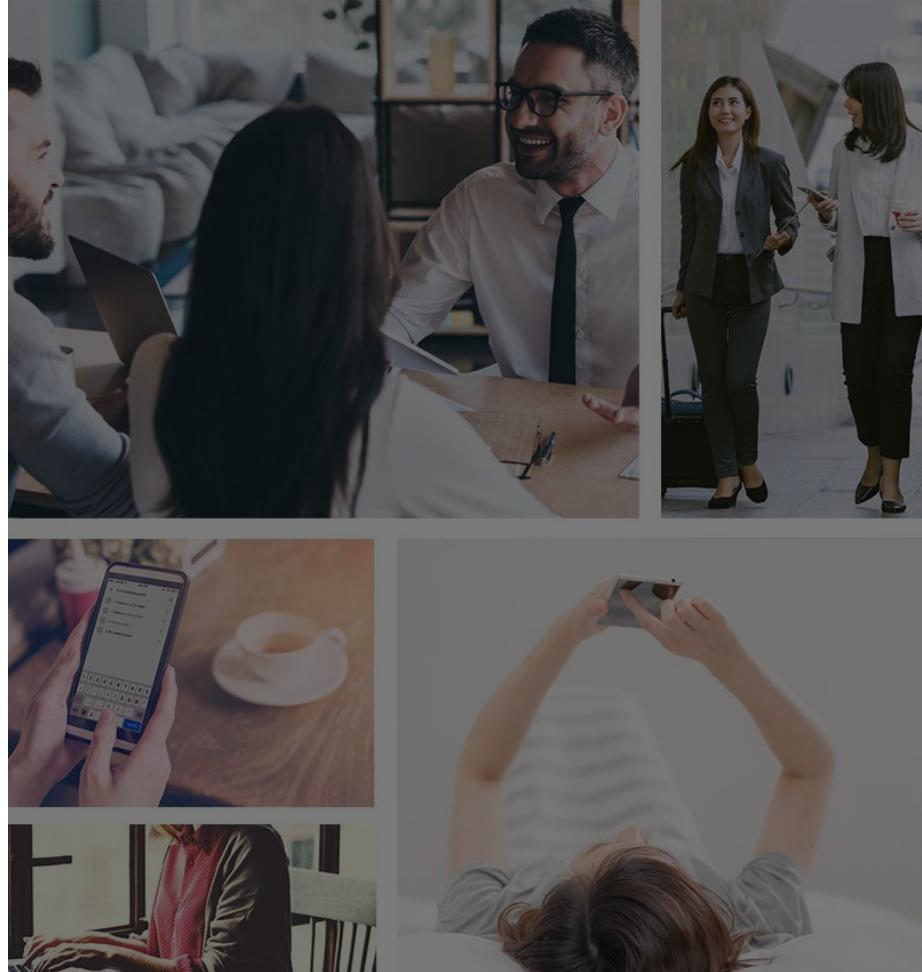
執行摘要

消費者對行動版網站的體驗抱持高度期望，體驗的好壞對購物決策有莫大影響力。66% 的大中華區消費者在購物前會使用智慧型手機爬文搜集資訊¹，有 53% 的消費者則會因為行動版網站的載入時間超過 3 秒而掉頭離開²。

Google 委託 Accenture Interactive 針對亞太地區流量最高的行動版網站衡量出使用者體驗的基準。這項研究於 15 個亞太國家/地區展開，評估了金融服務業、零售與商務業及旅遊業共超過 720 個行動版網站。

大中華區眾多網站的下一步都是精益求精，提升行動使用體驗。大部分網站的得分都在平均之上，優點是 產品頁面相當精美，缺點則是載入速度吊車尾。

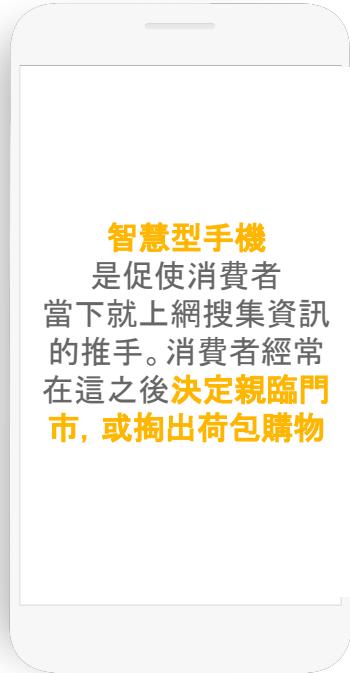
IG Group、iHerb 和 HK Express 在各自的產業內是大中華區的最佳行動版網站。這份報告除了列出各 產業的前五大優秀行動版網站並予以肯定，也呈現這些網站的最佳做法。



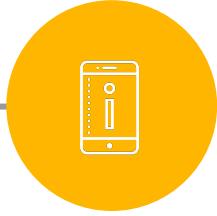
1. Google/Kantar TNS 於 2017 年 3 月進行的《Path to Purchase Study》(購物路徑研究)，研究國家/地區包含印度、澳洲、紐西蘭、日本、南韓、中國、台灣、新加坡、泰國、越南、馬來西亞、印尼與菲律賓，樣本含超過 26,000 名受訪者。

2. Google/Heart+Mind Strategies 於 2018 年 2 月進行的《Getting Things Done on Mobile》(在行動裝置上完成事務) 研究，樣本為澳洲與日本共 1,409 名年滿 18 歲的智慧型手機使用者。

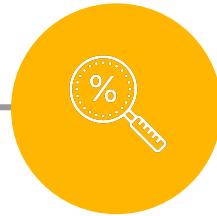
手機在消費者的購物決策中 扮演關鍵性角色



智慧型手機
是促使消費者
當下就上網搜集資訊
的推手。消費者經常
在這之後**決定親臨門
市，或掏出荷包購物**



66%
的大中華區消費者
在購物前，都會使用
智慧型手機上網搜集資訊



88%
的大中華區消費者
即使身在銷售門市內，
還是會繼續上網搜尋資訊



56%
的大中華區網路消費者偏
好用智慧型手機上網購物¹

1.

投影片內所有的資料均取自 Google/Kantar TNS 於 2017 年 3 月進行的《Path to Purchase Study》(購物路徑研究)，研究國家/地區包含印度、澳洲、紐西蘭、日本、南韓、中國、台灣、新加坡、泰國、越南、馬來西亞、印尼與菲律賓，樣本含超過 26,000 名受訪者。

消費者因此對行動版網站的體驗要求很高

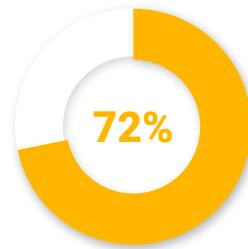
要是品牌忽視行動體驗品質，轉換成效很可能因此大打折扣。²



53% 的消費者
只要行動版網站
載入時間超過 3 秒，
就會掉頭離開



行動網頁
載入時間**每多 1 秒**，
轉換率就會下降 20%



72% 的大中華區消費者
更樂意向**購物流程簡易或便於查看資訊**的行動版網站購物

1. Google/Kantar TNS 於 2017 年 3 月進行的《Path to Purchase Study》(購買路徑研究)，研究國家/地區包含印度、澳洲、紐西蘭、日本、南韓、中國、台灣、新加坡、泰國、越南、馬來西亞、印尼與菲律賓，樣本量超過 26,000 名受訪者。

2. Google 研究, Webpagetest.org, 取樣對象為全球各地 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。

研究目的

為協助眾多品牌改善行動版網站體驗,Google 委託 Accenture Interactive 在亞太地區找出金融服務業、零售與商務業及旅遊業內使用體驗出眾的行動版網站,並探討這些網站脫穎而出的原因。

研究規模:

研究樣本:



超過 720 個行動版網站接受評估



含括 5 個次區域, 共 15 個市場



以 80 項使用者體驗最佳做法為評估方針



共 45 位專家與工程師參與研究



評估對象為 大中華區的 153 個行動版網站



金融服務業

共評估 51 個行動版網站, 當中包含
41 家銀行
4 間交易公司
3 間共同基金公司
2 家保險公司
1 個比較網站



零售與商務業

共評估 55 個行動版網站, 當中包含
41 間電子商務公司
9 家零售業者
4 個汽車買賣網站
1 家食品與雜貨業者



旅遊業

共評估 47 個行動版網站, 當中包含
26 個旅遊資訊集結網站
13 家飯店
5 家航空公司
另外 3 個旅遊網站



行動體驗品質的評估方式

我們針對下列類別評估了各行動版網站採行的最佳做法，得分以相同權重加權計算後以百分比表示，各產業內得分最高的前5個網站就是「**最佳行動版網站**」。

行動體驗分數



搜尋功能*

站內搜尋和相關功能
(例如篩選器) 是否能協助使
用者迅速找到需要的產品？



產品 頁面*

呈現的產品主要文字與視覺性資
訊是否清楚一致？是否有顯而易
見的行動號召？



註冊率與轉換率*

註冊和付款表單是否容易填寫？
是否提供了簡單安全的
交易選項？



行動版網站 設計*

網站頁面的設計是否便於使用行
動裝置瀏覽和操作？是否有清楚
的標題和一目了然的內容？
品牌呈現是否一致？



速度**

是否已將行動版網站的效能提升
至最佳狀態？網頁
載入速度是否夠快，
能夠營造流暢的網站使用體驗？

* 前四項行動體驗類別均由研究地區當地的使用者體驗專家進行評估。

** 速度是以自動化程序評估(該程序由網站速度效能工程師檢測及管理)

認識榮獲「最佳行動版網站」頭銜的品牌

在大中華區提供消費者絕佳行動體驗的前 5 個品牌分列如下



金融服務業

1	IG Group (香港)	86%
2	星展銀行(香港)*	82%
3	中國建設銀行(中國)	81%
4	興業銀行(中國)	77%
5	拉卡拉(中國)	77%

64%
產業平均得分



零售與商務業

1	iHerb (香港)*	88%
2	華碩(台灣)	87%
3	JD.com (中國)	86%
4	華為(香港)	85%
5	汽車大全(中國)	82%

73%
產業平均得分



旅遊業

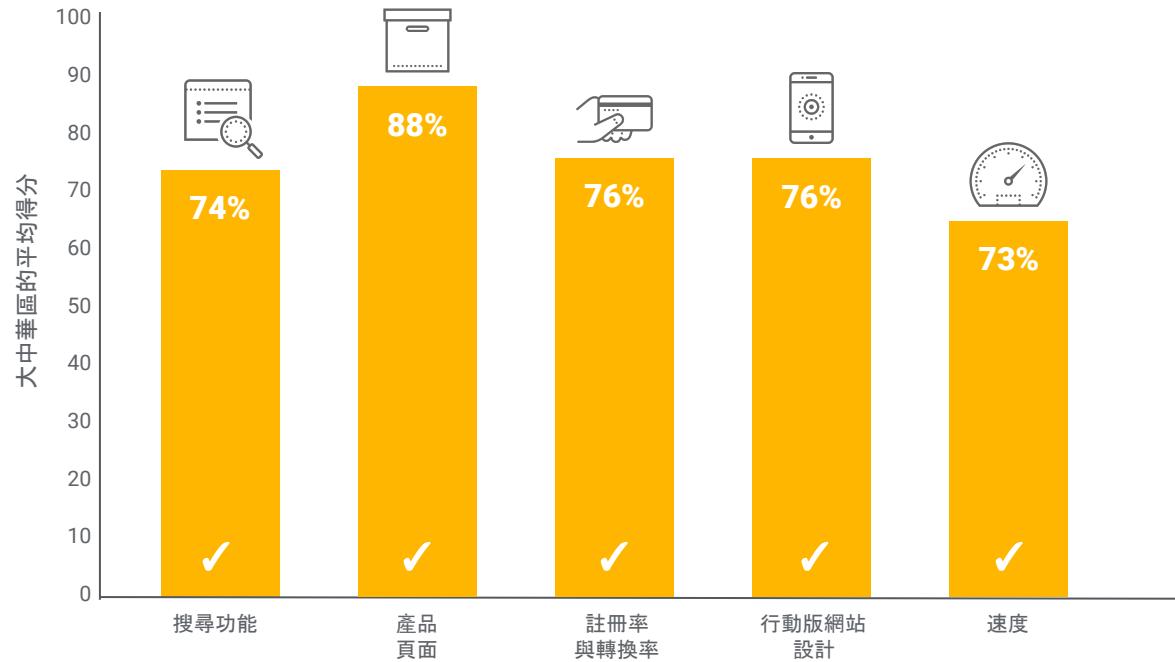
1	HK Express (香港)	90%
2	Hotels.com (台灣)*	86%
3	客路 Klook (香港)*	85%
4	Expedia (香港)*	84%
5	Airbnb (台灣)*	84%

76%
產業平均得分

大中華區 區域表現簡評

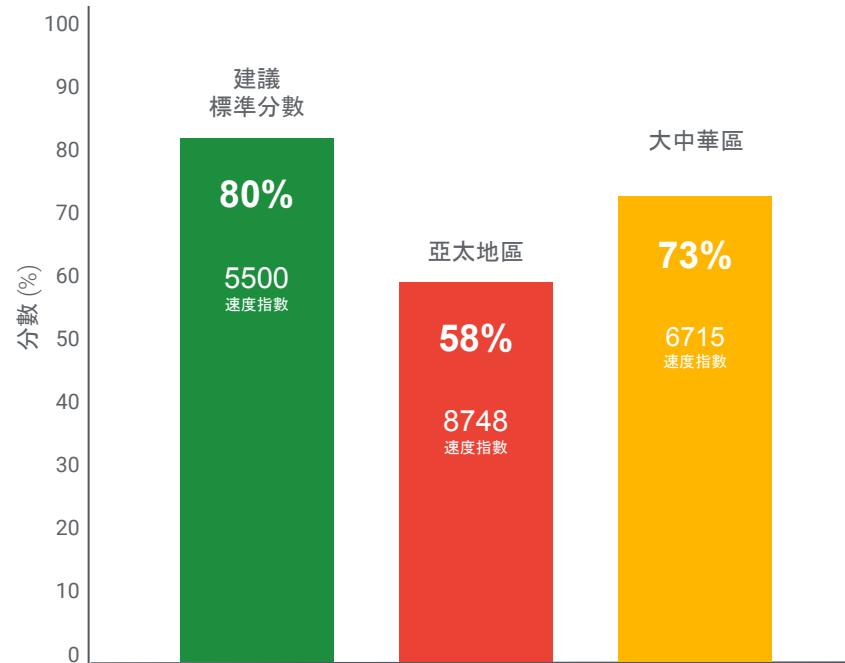
這個區域的行動版網站在所有類別的得分都達中上水準。

這個區域多數行動版網站在所有類別的
得分都有中上水準。
大部分網站接下來需要精益求精。
讓行動體驗更上一層樓。



速度表現

大中華區得分與亞太地區平均分數和建議業界標準分數比一比



這些分數的意義

參與本研究調查的所有品牌速度指數評估結果經標準化後，即算出以百分比表示的分數。

速度指數(以毫秒為單位)用來評估網頁載入時，客戶可見內容所佔的比例；分數越低表示網頁載入速度越快，客戶能看到的內容也越多(不論網頁的其餘部分是否已載入完畢)。

亞太地區圖例

- 良好 <5500 ($>80\%$)
- 普通 5500 - 8500 ($60\%-80\%$)
- 不佳 >8500 ($<60\%$)

如何加快速度

我們針對大中華區建議採取下列做法來加快網站速度



72% 的中國品牌可透過**壓縮內容**
來提升速度

務必壓縮文字與圖片內容

- 使用 gzip 壓縮方式來傳輸可壓縮的回應內容
- 壓縮圖片並選用適當設定 (包括格式、品質與大小等等)
- 使用漸進式 JPEG 格式, 就算網路連線較慢也能提升使用者感受到的運作效能



60% 的中國品牌可藉由**快取使用者**
瀏覽器上的內容來加快速度

啟用瀏覽器端的快取功能

- 所有的伺服器回應都應該指定快取原則, 協助用戶端判斷是否/何時該再次使用先前擷取的回應



54% 中國品牌的**伺服器回應時間**
還可以再縮短

找出並解決後端效能瓶頸

- 使用應用程式效能管理工具檢查現有的基礎架構
- 解決效能瓶頸
- 導入監控解決方案, 在出現任何異常狀況時立即通報

產業深入分析 金融服務業



金融服務業 認識榮獲「最佳行動版網站」頭 銜的品牌

消費者對行動版網站的要求越來越高，不但得快速載入，也要簡單好用。我們在大中華區評估了51個流量最大的金融服務業網站，衡量這些網站的使用者體驗（包括載入速度）。成績最出色的前5個網站如下：

1	IG Group (香港)	86%
2	星展銀行 (香港)*	82%
3	中國建設銀行 (中國)	81%
4	興業銀行 (中國)	77%
5	拉卡拉 (中國)	77%

第6到25名網站的平均分數 73%

第26到51名網站的平均分數 57%

“出色的行動版網站設計可提升實用性。我們過去全心全力讓自家網站的內容簡潔明瞭，更符合客戶需求。如今我們要精益求精，用出色設計營造愉快的使用感。我們第一次與客戶建立情感連結的契機經常就發生在本公司行動網站上，所以選用的每一個視覺元素，都必須能夠協助我們打動客戶的心。”

星展銀行使用者體驗與設計部董事總經理Chooake Wongwattanasilpa

在各評估類別成績拔尖的業者**



搜尋功能：頂尖業者 (87%)

花旗銀行、星展銀行和 IG Group



產品頁面：頂尖業者 (100%)

國泰世華銀行、中國建設銀行、花旗銀行、Cnfol.com、星展銀行、IG Group 和台新銀行



註冊率與轉換率：頂尖業者 (92%)

中國建設銀行、興業銀行、IG Group



行動版網站設計：頂尖業者 (92%)

IG Group

* 這些全球品牌的分數取自於其他國家地區進行的檢測結果(速度分數除外)。

** 這份報告未列出各網站的速度排名，因為設計不良的網站也可能迅速載入。基於這個原因，本報告僅將速度視為整體使用者體驗的功能之一。





最佳行動版網站：訣竅分享

向同區域的知名金融服務公司取經，掌握打造出色網站的要訣



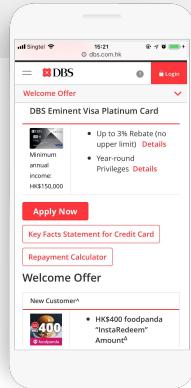
搜尋功能

國泰世華銀行的站內搜尋功能會先列出相關結果，並提供功能強大的篩選工具，讓使用者快速找出所需資訊。



產品頁面

星展銀行的產品頁面會先列出重要的客戶權益/好康消息，並以條列方式呈現內容來維持版面一致，行動號召文字也相當顯眼。



註冊率與轉換率

台新銀行的申請表單易於填寫，使用者只需填入必要資訊。表單上有清楚的指示，並且會顯示目前的填寫進度。



行動版網站設計

國泰世華銀行採用清楚的標籤和標題，還有簡潔的版面配置，無論在何種裝置上都能提供使用者一致的體驗，可謂行動版網站的設計典範。





如何打造最佳行動版網站

Google 針對您所在區域的金融服務業網站提出以下實用建議



86% 參與本研究調查的網站可透過以下方式改善 **搜尋功能**：

使用「自動完成」功能向使用者建議熱門搜尋字詞

新訪客不見得知道哪些搜尋字詞最恰當，對網站架構可能也不熟悉；「自動完成」功能不但能為新訪客提供實用協助，也能減少用行動裝置輸入時容易打錯字的問題，為使用者省下寶貴時間。



84% 參與本研究調查的網站可透過以下方式改善 **搜尋功能**：

在沒有相符的搜尋結果時，向使用者說明後續步驟或給予協助

消費者在購物歷程中「卡住」時可能感到不知所措；請提供一些建議與協助，或至少顯示訊息來說明發生什麼問題，讓潛在顧客瞭解接下來該怎麼做。



55% 參與本研究調查的網站可透過以下方式改善 **行動版網站設計**：

確保所有網頁都是透過 HTTPS 連線

消費者注重資料安全性，使用金融服務網站時更是如此，因此品牌應確保所有網頁都是透過 HTTPS 連線，讓消費者知道網站符合最新的安全性標準，能夠妥善保護個人資訊。

產業深入分析 零售與商業



零售與商業 認識榮獲「最佳行動版網站」 頭銜的品牌

消費者對行動版網站的要求越來越高，不但得快速載入，也要簡單好用。我們在大中華區評估了55個流量最大的零售與商業網站，衡量這些網站的使用者體驗（包括載入速度）。成績最出色的前5個網站如下：



“對電子商務網站來說，優異的使用者體驗設計能有效提升使用經驗、訂單轉換率及銷售量；核心購物流程的設計更是一大關鍵，稍有差池就可能造成大筆損失。我們的產品小組致力於成為業界標竿，因此一向非常重視反覆測試及評估自家網站的使用體驗，”

JD.com 產品總監 Yinong Guo



在各評估類別成績拔尖的業者**



搜尋功能：頂尖業者 (94%)
JD.com 和 露天拍賣



產品頁面：頂尖業者 (100%)
華碩



註冊率與轉換率：頂尖業者 (95%)
華為和 iHerb



行動版網站設計：頂尖業者 (93%)
華碩、eBay 和 Etsy

* 這些全球品牌的分數取自在其他國家地區進行的檢測結果(速度分數除外)。

** 這份報告未列出各網站的速度排名，因為設計不良的網站也可能迅速載入。基於這個原因，本報告僅將速度視為整體使用者體驗的功能之一。

最佳行動版網站：訣竅分享



向同區域的知名零售與商務業品牌取經，掌握打造出色網站的要訣



搜尋功能

JD.com 提供熱門搜尋建議來加強站內搜尋功能，而且使用者可以輕鬆篩選搜尋結果。



產品頁面

JD.com 的產品頁面採用一致的版面配置與顯眼的行動號召文字，並提供詳細實用的資訊及相關推薦，協助消費者做出決策。



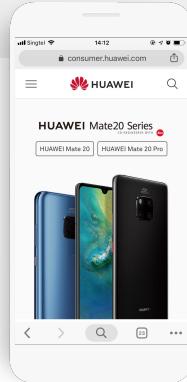
註冊率與轉換率

VIP.com 會結帳流程中所有的表單欄位都採用自動填入功能，不但可減少手動輸入錯誤，使用者在行動裝置上也能更快速地填完表單。



行動版網站設計

HUAWEI 為網站的版面配置精簡明瞭，無論在何種裝置上都能提供使用者一致的體驗，而且所有的網頁都呈現高品質圖片並透過 HTTPS 連線，可謂行動版網站的設計典範。



如何打造最佳行動版網站



Google 針對您所在區域的零售與商務業網站提出以下實用建議



69% 參與本研究調查的網站可透過以下方式改善 **註冊率與轉換率**：

指出建立帳戶的實質好處

大部分零售網站都提供已開設帳戶的會員不少福利，因此請務必告知潛在會員這些好處，否則對方很可能不願意花時間建立帳戶，網站也就錯失了轉換商機。



63% 參與本研究調查的網站可透過以下方式改善 **註冊率與轉換率**：

讓使用者以訪客身分購物

要求登入帳戶才能結帳會讓轉換過程更加麻煩，因為潛在顧客還得決定要不要花時間建立/登入帳戶，很可能導致對方放棄購買。



62% 參與本研究調查的網站可透過以下方式改善 **行動版網站設計**：

避免使用輪轉介面，或至少讓使用者自行控制介面

一直變換圖片會導致使用者無法順利閱讀圖片上的資訊。要是必須使用輪轉介面，請停用自動輪播功能，並提供箭號按鈕或三點圖示這類控制項，讓使用者知道可以自行轉動畫面來瀏覽更多圖片。

產業深入分析

旅遊業



旅遊業 認識榮獲「最佳行動版網站」 頭銜的品牌

消費者對行動版網站的要求越來越高，不但得快速載入，也要簡單好用。我們在大中華區評估了47個流量最大的旅遊業網站，衡量這些網站的使用者體驗包括載入速度)。成績最出色的前5個網站如下：



“我們秉持著「客戶至上」的宗旨，一邊根據分析資料決定行銷方式，一邊不斷創新，藉此為客戶提供貼心實用的體驗。我們有很多消費者天天上網，而且數位產品和行動裝置不離手；為了拉攏這些消費者，我們當然得盡力打造出色的線上體驗。 ”



HK Express 品牌發展總經理Eric Thain

在各評估類別成績拔尖的業者**



搜尋功能：頂尖業者 (95%)
Expedia、Hotels.com 和去哪兒網 (Qunar)



產品頁面：頂尖業者 (100%)
HK Express



註冊率與轉換率：頂尖業者 (100%)
HK Express 和 Booking.com



行動版網站設計：頂尖業者 (93%)
飛豬 (Fliggy) 和客路 (Klook)

* 這些全球品牌的分數取自在其他國家地區進行的檢測結果(速度分數除外)。

** 這份報告未列出各網站的速度排名，因為設計不良的網站也可能迅速載入。基於這個原因，本報告僅將速度視為整體使用者體驗的功能之一。

最佳行動版網站：訣竅分享



向同區域的知名旅遊業品牌取經，掌握打造出出色網站的要訣



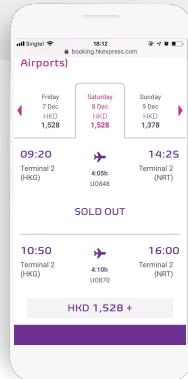
搜尋功能

Airbnb 的站內搜尋使用「自動完成」功能向使用者建議熱門搜尋字詞；不但搜尋結果關聯性高，使用者還可以輕鬆篩選及比較結果。



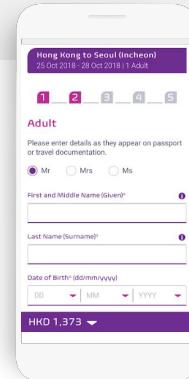
產品頁面

HK Express 運用簡潔而一致的版面來呈現行程選項，使用者還能輕鬆變更日期來查看行程是否仍有機位，行動號召文字也相當顯眼。



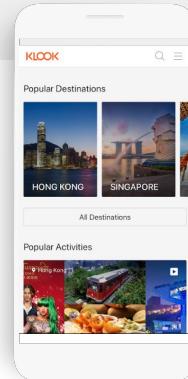
註冊率與轉換率

HK Express 的預訂程序中沒有任何不必要的連結，並且在每一個步驟裡明確顯示進度。



行動版網站設計

客路 (Klook) 的行動版網站設計完善，網頁呈現高品質圖片，內容之間也保留適當間隔，確保畫面井然有序。



如何打造最佳行動版網站

Google 針對您所在區域的旅遊業網站提出以下實用建議



74% 參與本研究調查的網站可透過以下方式改善 [產品頁面](#)：

允許使用者將旅遊選項加進訪客願望清單

要是網站有眾多產品選項，訪客願望清單功能有助於使用者縮小範圍並比較篩選出的項目，以免陷入選擇障礙。少了這項功能，你就錯失了引導使用者完成購物的機會。



51% 參與本研究調查的網站可透過以下方式改善 [註冊率與轉換率](#)：

即時在預訂表單上清楚標出填錯的部分

用智慧型手機填寫表單很容易打錯字。如果不即時將錯誤清楚地標示出來，使用者想進入下一個預訂 / 結帳步驟時才發現無法送出表單，還要回頭檢查錯在哪裡，這可能會導致使用者中途放棄。



36% 參與本研究調查的網站可透過以下方式改善 [搜尋功能](#)：

讓使用者能夠在地圖上瀏覽住宿選項

在地圖上顯示住宿選項可協助潛在客戶迅速縮小搜尋範圍，將大量搜尋結果縮減到位在主要區域附近的選擇。這種地圖瀏覽方式和傳統篩選器的效果相同，但更加便利。

後續步驟



發掘 消費者分析資料

透過量性分析 (例如網站分析報表) 和質性分析, 找出消費者通常在使用者歷程的哪個階段放棄。

進行使用者測試, 從中瞭解使用者在這 5 個體驗類別中最常遇到的問題。



規劃並採行解決方案

設定目標, 並按照輕重緩急排出改善使用者體驗的順序。

先找出解決方式有助於確保過程順利。
「[網站基礎知識](#)」網站提供許多提升可用性的建議做法, 以及可用來解決消費者「痛點」的最新工具、技術和指南。



從測試中 學習

持續測試及改善網站; 羅馬不是一天造成的, 不斷精益求精才能打造出出色的使用者體驗。

使用 Webpagetest 網站或查閱數據分析報表, 定期監控行動版網站的速度。

附錄

研究方法

設計專用的「可用性啟發式評估」方法

我們特別為這次評估開發了一套最佳做法，原型參考自 Jenny Gove 主導的團隊在 2014 年為 Google 進行的大規模行動網站可用性評估。³過去 4 年來，這套做法除了配合不斷變動的典範實務進行調整，也納入了專為零售業、旅遊業與金融服務業網站擬定的最佳做法。此外，本研究調查使用的最佳做法版本也針對亞太地區另外訂定方針，在評估可用性時將當地文化納入考量。「搜尋功能」、「產品頁面」、「註冊率與轉換率」以及「行動版網站設計」的可用性分數，都是以這個方式計算得出。

檢閱使用者故事

提供使用者故事來協助使用者從客戶的角度評估網站，故事中詳述以下資訊：

- 使用者應完成的主要事務
- 進行這項事務的原因
- 事務相關詳細背景資訊

速度指標

我們使用 WebPageTest，在模擬的行動網路條件下進行網站速度綜合測試，並選用「[速度指數](#)」來判定品牌的網站效能分數。待 WebPageTest 收集到網站的速度指數評估結果後，系統的評分邏輯會將速度指數轉換為 0 到 100 之間的速度分數，然後根據亞太地區的得分將該速度分數標準化。我們為每個參與本研究調查的網站計算了 4 個主要網頁的分數（包括首頁、搜尋頁面、產品詳情網頁和註冊頁面）。此外，由於速度指標常有偏差，我們以中位數來表示速度指數分數。

品牌選擇條件

我們在各個國家 / 地區中，選出截至 2017 年 12 月 27 日為止流量最高的網站 ([SimilarWeb](#))。網站必須符合以下條件才能納入研究調查範圍：

1. 必須是 B2C 網站
2. 必須是交易網站（也就是可讓使用者線上完成轉換/金融商品報價歷程的網站）

品牌排除條件

有些知名品牌因不符合評估條件而未列入本研究調查的範圍，例如：

1. 只透過吸引消費者來電或親臨門市 / 據點來促進離線轉換的網站
2. 會將使用者重新導向其他參與研究調查品牌的網站
3. 為其他網站促成轉換的整合式搜尋引擎
4. 沒有轉換歷程的品牌宣傳或資訊網站
5. 當地的大眾運輸通勤資訊網站和政府機關服務網站
6. 加密貨幣網站
7. 只銷售合約的電信品牌

評估日期

您所在區域的可用性檢測是在 2018 年 5 月 7 日至 8 月 28 日進行，速度指標評估則是在 2018 年 7 月 16 日到 7 月 25 日進行。

附錄：國家/地區基準 最佳行動版網站：中國



金融服務業

1 中國建設銀行	81%
2 興業銀行	77%
3 拉卡拉	77%



零售與商務業

1 JD.com	86%
2 汽車大全	82%
3 唯品會	82%



旅遊業

1 飛豬	85%
2 去哪兒網	83%
3 驢媽媽	83%

65%
產業平均得分

74%
產業平均得分

76%
產業平均得分

附錄：國家/地區基準 最佳行動版網站：香港



金融服務業

1	IG Group	86%
2	DBS Bank*	82%
3	中國建設銀行	78%



零售與商務業

1	iHerb	88%
2	華為	85%
3	露天拍賣	85%



旅遊業

1	HK Express	90%
2	Hotels.com*	86%
3	客路 Klook*	85%

65%
產業平均得分

72%
產業平均得分

77%
產業平均得分

附錄：國家/地區基準 最佳行動版網站：台灣



金融服務業

1 國泰世華銀行	75%
2 台新銀行	75%
沒有其他品牌得分超過70%	



零售與商務業

1 華碩	87%
2 露天拍賣	81%
3 Amazon	80%



旅遊業

1 長榮航空	87%
2 Hotels.com*	86%
3 Expedia*	85%

59%
產業平均得分

72%
產業平均得分

75%
產業平均得分

參考資料

1. Google/Kantar TNS (2017 年 3 月), 《Path to Purchase Study》(購物路徑研究),
研究國家 / 地區包含印度、澳洲、紐西蘭、日本、南韓、中國、台灣、新加坡、泰國、越南、馬來西亞、印尼與菲律賓, 樣本含超過 26,000 名受訪者。
2. Google/Heart+Mind Strategies (2018 年 2 月), 《Getting Things Done on Mobile》(在行動裝置上完成事務),
樣本數為澳洲與日本共 1,409 名年滿 18 歲的智慧型手機使用者。
1. Gove, J. (2014 年 6 月 27 日), Google I/O 2014 年, 《Design principles for a better mobile web》(完善行動版網站的設計原則), Google。
<https://www.google.com/events/io/14videos/95a7ccd2-38bf-e311-b297-00155d5066d7>