

Research on the Practicality of English Websites of Cross-border E-commerce from the Perspective of Technical Communication: A Case Study of Electronic Products Introduction of AliExpress

XU Jiayu LIU Shiyong JIA Chuan

School of Foreign Languages, Chongqing University of Posts and Telecommunications, China

Received: April 26, 2022

Accepted: July 26, 2022

Published: December 30, 2022

To cite this article: XU Jiayu, LIU Shiyong & JIA Chuan. (2022). Research on the Practicality of English Websites of Cross-border E-commerce from the Perspective of Technical Communication: A Case Study of Electronic Products Introduction of AliExpress. *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(4), 085–093, DOI: [10.53789/j.1653-0465.2022.0204.011.p](https://doi.org/10.53789/j.1653-0465.2022.0204.011.p)

To link to this article: <https://doi.org/10.53789/j.1653-0465.2022.0204.011.p>

The paper is supported by the Research and Innovation Project of Chongqing Postgraduate in 2021 entitled “Research on the Channels to Improve the Internationally Technical Communication Capacity of Master of Interpreting and Translation from Universities Excelling in Information and Communications Technology” with NO. CYS21331.

Abstract: Technical communication has developed rapidly in China with the popularization of the Internet and globalization of the economy. English websites of cross-border e-commerce, a form of technical communication, play an important role in the development of cross-border e-commerce enterprises, which is also one of the significant ways for China to go out to the world. Presently, the practicality and readability of domestic English websites for cross-border e-commerce are poor. This paper takes the “Electronic Products Introduction” of AliExpress as the research object compared with the Amazon platform, discussing the practicability of English websites for cross-border e-commerce in the process of technical communication. Concerning this issue, the authors put forward that the following three principles should be followed when designing English websites: First, mark the brand information of goods. Second, the words used in the commodity introduction should be accurate. Third, the order of commodity information should be orderly, aiming at helping global users get a better understanding of product information, and providing a better user experience, thus promoting Chinese cross-border e-commerce enterprises to go global.

Keywords: technical communication; cross-border e-commerce; electronic products introduction; practicality

Notes on the contributors: XU Jiayu is a graduate student in the School of Foreign Languages, Chongqing University of Posts and Telecommunications, Chongqing, China. Her academic interest lies in technical communication and translation. LIU Shiyong, holds a doctoral degree from Shanghai International Studies University.

She is a professor at Chongqing University of Posts and Telecommunications and her major research interest lies in cognitive translation and technical communication. JIA Chuan is a graduate student in the School of Foreign Languages, Chongqing University of Posts and Telecommunications, Chongqing, China. His academic interest lies in technical writing and translation.

技術傳播視域下跨境電商英文網站的實用性研究

——以全球速賣通電子產品「商品介紹」欄目為例

徐佳渝 劉世英 賈川

重慶郵電大學外國語學院

摘要：隨著互聯網的普及和經濟全球化的發展，技術傳播行業在中國發展迅速。跨境電商英文網站作為技術傳播的形式之一，不僅對跨境電商企業的發展起到了至關重要的作用，也成為中國走向世界的重要通道之一。目前，國內跨境電商英文網站實用性和可讀性不強。本文從技術傳播視角出發，以全球速賣通（AliExpress）電子產品「商品介紹」欄目為研究物件，將其與亞馬遜（Amazon）平臺「商品介紹」欄目進行對比，探討了在技術傳播過程中跨境電商英文網站的實用性問題，並在此基礎上，進一步提出在設計英文網站時應遵循以下三個原則：第一，標明商品品牌資訊。第二，商品介紹用詞要準確。第三，商品資訊排列順序要有序。以此來說明全球使用者更好地理解商品資訊，提供更好的使用者體驗，進而推動中國跨境電商企業更好地走向世界。

關鍵詞：技術傳播；跨境電商；商品介紹欄目；實用性

基金專案：本文得到 2021 年重慶市研究生科研創新項目「提升 ICT 特色高校翻譯碩士專業研究生國際技術傳播能力的路徑研究」（CYS21331）的資助。

引言

21 世紀，世界經濟發生深刻變革，全球化和一體化已成為全球經濟發展的方向。目前，在國際化發展過程中，中國的中小企業發展迅速，產品的市場份額越來越高^①。在此背景之下，將產品推向國際市場成為中國各類企業的普遍選擇。為提升知名度和獲得更多市場份額，企業往往會對自身進行市場宣傳。而官網作為企業外宣的第一陣地，對於企業的發展有著不可替代的作用。成功的網站建設能推動企業發展，獲得更多客戶青睞，而不合適的網站建設則會起到相反的效果。因此，中國企業在走向國際市場時，也要注重自身網站的建設，以目標客戶群體喜聞樂見的方式來開展宣傳工作。

全球速賣通（AliExpress）是阿裡巴巴集團下的一個跨境電商平臺，主要面向國際市場。據全球速賣通官網顯示：該平臺於 2010 年正式成立，截至目前，全球速賣通支持世界 18 個語種的網站，覆蓋全球 220 多個國家和地區，海外成交買家數量突破 1.5 億，囊括 22 個日常消費類別的行業，支持全球 51 個國家的當地支付方式，是中國最大的跨境零售電商平臺。於此，以全球速賣通平臺為例來分析跨境電商英文網站的實用性是有代表性的。

筆者在知網以「跨境電商」為主題進行搜索,結果顯示當前的研究方向主要集中於跨境電商人才培養、物流模式、綜合服務體系、支付方式、銷售管道、品牌行銷等方面,對於其英文網站實用性的研究比較少,比較有代表性的有潘圓圓和曲洪建(2019)的《跨境電商網站品質與服裝消費者購買意願關係的研究》^②、柴暢(2020)的《跨境電商平臺中美購物網站店鋪主頁的跨文化比較》^③。本文以技術傳播為視角,以全球速賣通平臺部分電子產品的「商品介紹」欄目為物件,旨在分析當前跨境電商英文網站的實用性。

一、技術傳播與跨境電商英文網站設計

技術傳播的概念起源於 19 世紀 60 年代,是美國對工程師教育的教學變革,是西方國家文明發展的結果之一^④。20 世紀末 21 世紀初,自西方的技術傳播概念引起我國學術界關注以來,我國學者現已在教學模式和人才培養方面進行了相關探索,其理念也在網頁介面設計、實用型文本翻譯和文化差異分析等方面進行了應用。中國標準化協會將技術傳播定義為與技術性產品、軟體或服務有關且伴隨其全部生命週期的所有技術資訊的傳遞和交互。

跨境電商憑藉網路全球化,便捷,移動化等特點快速發展,發展業態和模式成為經濟貿易領域的新動力^⑤。跨境電商企業的英文網站作為企業與客戶之間產生交易的第一場所,對跨境電商和我國經濟的發展具有舉足輕重的作用。王瑞琪和李擎^⑥認為網頁內容是網頁內容設計者與使用者進行資訊交流的一種方式,在設計網頁內容時,要注意結合具體物件,特定的目的,在綜合的環境下進行內容上的設計,以達到交流效果最大化。因此,技術傳播對網頁內容的設計具有指導作用,它能夠說明網頁內容設計者確定設計目的,瞭解使用者需求,進行內容排版,設計出一個成功的網頁。客戶在跨境電商平臺進行商品購買時共有 5 個環節,即:商品選擇、店鋪選擇、商品諮詢、確定付款和商品交付,其中商品選擇、店鋪選擇、商品諮詢、確定付款是在官網完成,因此網頁內容和設計的重要性不言而喻。

朱豪依據消費者行為理論中的技術接受模型,對跨境電商網站用戶購買意願影響因素進行了研究。研究結果顯示:感知有用性顯著正向影響購買意願;感知易用性顯著正向影響購買意願;感知安全性顯著正向影響購買意願。在這些影響消費者購買意願的因素中,感知有用性和感知易用性直接依附於跨境電商英文網站的佈局設計和語言組織,購物體驗因素和文化價值因素也與網頁內容密切相關^⑦。因此,跨境電商企業在進行購物網站的內容編排時,要充分將用戶體驗考慮在內,樹立用戶思維,從使用者的需求角度來組織和設計內容,如此一來,才能更好地起到宣傳作用,提升用戶的購買意願,達到產品走向國際市場的目的。

作為技術傳播的直接體現形式之一,技術文檔要求遵循下列創作原則:準確性,清晰性,簡明性,一致性,客觀性,可用性^⑧。而跨境電商的英文網頁作為技術寫作交付件之一,也應當在以上創作原則的指導下進行設計和撰寫。這一方面是由文本特性決定的,另一方面也與上述朱豪的研究結果不謀而合:在面對紛繁複雜的商品時,一份準確、清晰、簡明、一致、客觀和可用的介紹文檔是每個客戶都想看到的,滿足這些條件的文檔很明顯能提升客戶的感知有用性和感知易用性,同時,一份好的文檔也應該考慮到購物體驗因素和文化價值因素。因此,以技術寫作的創作原則來指導跨境電商企業英文網站的內容設計,對於企業提升全球市場競爭力意義非凡。

二、國內外跨境電商英文網站資訊呈現實用性的對比分析

商品介紹在普及科學文化知識、擴大商品資訊交流、資訊傳播回饋等方面發揮著重要的作用。由於文化背景、思維方式、生活習慣和使用者需求的不同,不同國家在設計網站商品介紹欄目也有所不同。良好的

商品介紹可以有效地喚起消費者的購買欲望,從而實現購買,促進商品流通^⑨。由此可見,跨境電商「商品介紹」欄目對於商品的銷售有重要意義。本部分筆者擬以全球速賣通某電子產品的「商品介紹」欄目為例,以技術傳播為視角將其與美國最大的網路電子商務公司亞馬遜(Amazon)進行對比分析,由此來探索我國跨境電商英文網站的實用性。

(一) 全球速賣通電子產品「商品介紹」欄目的資訊呈現

本部分,筆者對全球速賣通十餘種電子產品的「商品介紹」欄目進行了統計,具體資訊見表 1 (全球速賣通電子產品「商品介紹」欄目資訊呈現)。為更加清晰地瞭解全球速賣通網頁中電子產品「商品介紹」欄目的資訊呈現現狀。筆者選取了全球速賣通平臺常見的兩款電子科技產品—SSD (Solid State Drives) 和 Laptop,進行了詳細說明。筆者以 SSD 和 Laptop 應包含的幾個重要資訊: Brand Name (品牌), Series (系列), RAM (容量) 和 Item Model Number (商品型號) 為劃分依據,在全球速賣通網頁中隨機挑選了幾款 SSD 和 Laptop 產品的商品介紹,製作了如下表格(表 2: 全球速賣通 SSD「商品介紹」欄目資訊呈現和表 3: 全球速賣通 Laptop「商品介紹」欄目資訊呈現),具體情況如表所示。

商品類型	「商品介紹」欄目包含的資訊	資訊呈現是否有序	資訊之間有無標點
SSD	品牌+系列+容量/系列+容量/容量	否	無
Laptop	品牌+系列+容量/系列+容量	否	無
Desktop Computer	系列+顯示幕+適用範圍/系列+容量/顯示幕+容量/容量	否	無
Router	品牌+網路類型+最大傳輸速率+網線類型/品牌+網路類型+產品型號/網路類型+最大傳輸速率/網線類型	否	無
Mobile Phone	品牌+系統+容量+電池容量/系列+品牌+容量+電池容量/系列+容量	否	無
Air Conditioner	品牌+功能/類型+電壓/電壓	否	無
Smart Watch	品牌+系統+適用範圍/品牌+適用範圍/適用範圍	否	無
Electric Scale	品牌+尺寸+解析度+刷新率/品牌+解析度+系統+額定負載+	否	無
TV	品牌+型號+刷新率+容量/品牌+型號/品牌+尺寸+解析度/系列+尺寸/顯示幕	否	無
Refrigerator	品牌+容量+電壓+適用範圍/品牌+容量/系列+容量/容量+電壓/用途	否	無
TV Box	品牌+系統+解析度/系統+容量+解析度/系統+容量+顯示方式/品牌+系統	否	無

表 1 全球速賣通電子產品「商品介紹」欄目資訊呈現

商品介紹欄	商品名稱	系列	容量	產品型號
Lexar NQ100 SSD 240gb 480gb 960gb 2.5 Inch SATAIII SATA SSD Internal Solid State Drives SSD HDD Drive Disk HD For Laptop PC	Lexar	NQ100	240gb, 480gb, 960gb	/
new 4TB 8TB 2TB External SSD 1TB Mobile Solid State Hard Drive USB 3.1 External SSD Type-C Portable Hard Drive ssd	/	New	1TB 2TB 4TB 8TB	/
New SSD 80G 120G 240G 256G 512G For Ipod classic 7Gen Ipod video 5th Replace MK3008GAH MK8010GAH MK1634GAL Ipod HDD free tool	/	New	80G 120G 240G 256G 512G	/

续表

商品介紹欄	商品名稱	系列	容量	產品型號
SSD 16TB External Solid State Drive 12TB Storage Device Hard Drive Computer Portable Mobile Hard Drive ssd external drive hd 8tb	/	/	12TB 16TB 8 TB	/
SSD Drive 120GB 240GB SSD 1TB 128GB 256GB SDD 2.5 Hard Disk SATA III Internal Solid State Hard Drive for Laptop Desktop	/	/	120GB 240GB 1TB 128GB 256GB	/

表 2 全球速賣通 SSD「商品介紹」欄目資訊呈現

商品介紹欄	產品名稱	系列	容量	產品型號
CHUWI HeroBook Air 11.6" HD Display Intel Celeron N4020 Dual Core LPDDR4 4GB 128GB SSD Windows 10 Laptop with Full Size Keyboard	CHUWI	CHUWI HeroBook Air	4GB	/
Xiaomi Mi RedmiBook Laptop Pro 15.6inch Intel Core i5-11300H 16GB DDR4 512GB SSD Intel Iris Xe 3.2K 90Hz Win10 Notebook 100% sRGB	Xiaomi	Mi RedmiBook Laptop Pro	16GB	/
Windows11 Intel Notebook 15.6 inch Windows 10 11 Pro 1920 * 1080 Cheap Portable Laptop 12GB RAM 256GB/512GB SSD HDMI Port Laptop	/	Intel Notebook	12GB	/
Promotion Intel 13.3 inch laptop Windows 10 Ram 6GB Rom 128GB 256GB SSD Cheap Student Laptop portable laptop Wifi Computer	/	Promotion Intel	6GB	/
14 Inch Intel Fast Laptop 6GB RAM 1TB SSD HDD 1080P Windows 10 Keyboard Dual Band WiFi Gaming Laptops	/	Intel	6GB	/

表 3 全球速賣通 Laptop「商品介紹」欄目資訊呈現

觀察表 1 可以發現，全球速賣通網頁中的十餘種產品 (SSD, Laptop, Desktop, Computer, Router, Mobile Phone, Air Conditioner, Smart Watch, Electric Scale, TV 和 Refrigerator) 的「商品介紹」欄目包含的資訊各不相同且呈現無序，此外，「商品介紹」欄目的資訊之間無標點。通對比表 2 和表 3 以看出，全球速賣通網頁中的 SSD 和 Laptop「商品介紹」欄目包含的內容各不相同：只有少部分的「商品介紹」欄目將這四個要素全部涵蓋其中，大多數商品的介紹中只包含了其中的一項或者兩項，這四個屬性中只有 RAM(容量)部分被各個「商品介紹」所涉及。另外，在本文隨機挑選的文本中，「商品介紹」欄目均無任何標點符號，所有內容都堆砌在一起，嚴重影響用戶在流覽商品時的體驗。從這幾個重要資訊的排序來看，該平臺也沒有固定順序，均由商家自行組合。總體來說，全球速賣通的「商品介紹」欄目暫時沒有一定的規範，各商家均有不同的標準。

(二) 亞馬遜電子產品「商品介紹」欄目的資訊呈現

為探討國內跨境電商英文網站的實用性，筆者流覽了全球多家跨境電商平臺，如亞馬遜, Wish, eBay 等。為使本研究具有普適性，筆者特選取了全球最大的跨境電商平臺亞馬遜 (Amazon)，同時也對亞馬遜平臺的十餘種電子產品「商品介紹」欄目進行了統計，詳細資訊見表 4 (亞馬遜電子產品「商品介紹」欄目資訊呈現)。為進一步瞭解亞馬遜網頁中電子產品「商品介紹」欄目的資訊呈現現狀。以亞馬遜平臺的電子產品 SSD 和 Laptop「商品介紹」欄目作為主要研究物件，以 Brand Name (品牌), Series (系列), RAM (容量) 和 Item Model Number (商品型號) 這幾個產品關鍵資訊為切入點，將其與全球速賣通平臺進行對比分析。詳細

內容見表 5(亞馬遜 SSD「商品介紹」欄目資訊呈現)和表 6(亞馬遜 Laptop「商品介紹」欄目資訊呈現)。

商品類型	「商品介紹」欄目包含的資訊	資訊呈現是否有序	資訊之間有無標點
SSD	品牌+系列+容量+適用範圍+型號/品牌+系列+容量+尺寸+型號+顏色/品牌+系列+容量+型號	是	有
Laptop	品牌+系列+(顯示幕+CPU)+容量+型號/品牌+系列+容量+(螢幕大小)+型號+(顏色)/品牌+系列+容量+型號	是	有
Computer Tower	品牌+系列+容量+型號+(系統)/品牌+系列+容量+型號/品牌+系列+容量	是	有
Router	品牌+系列+型號+(技術支援+最大傳輸速率)/品牌+系列+型號/品牌+系列+(技術支援+適用範圍)	是	有
Mobile Phone	品牌+系列+容量+(技術支援+顏色)/品牌+系列+(顏色)+容量/品牌+系列+容量	是	有
Air Conditioner	品牌+系列+型號+(功能)/品牌+系列+(適用範圍)/品牌+系列	是	有
Smart Watch	品牌+系列+(適用範圍+系統)/品牌+系列+(特殊功能+顏色)品牌+系列+(適用範圍+特殊功能)/品牌+系列+(顏色)	是	有
Electric Scale	品牌+系列+(特殊功能)/品牌+系列+(顏色)	是	有
TV	品牌+(尺寸)+系列+型號/品牌+系列+型號/品牌+(尺寸)+系列	是	有
Refrigerator	品牌+系列+容量+(顏色)/品牌+系列+容量/品牌+系列+容量/產品+系列+(顏色)	是	有
TV Box	品牌+系列+容量+(解析度)/品牌+系列+容量/品牌+系列+(解析度+系統)	是	有

表 4 亞馬遜電子產品「商品介紹」欄目資訊呈現

商品介紹欄	產品名稱	系列	容量	產品型號
SAMSUNG 980 SSD 1TB M.2 NVMe Interface Internal Solid State Drive with V-NAND Technology for Gaming, Heavy Graphics, Full Power Mode, MZ-V8V1T0B/AM	SAMSUNG	980 SSD	1TB	MZ-V8V1T0B/AM
Crucial MX500 500GB 3D NAND SATA 2.5 Inch Internal SSD - CT500MX500SSD1, Blue/Gray	Crucial	MX500	500 GB	CT500MX500SSD1
Western Digital 960GB WD Green SN350 NVMe Internal SSD Solid State Drive - Gen3 PCIe, M.2 2280, Up to 2,400 MB/s - WDS960G2G0C	Western Digital	SN350	960GB	WDS960G2G0C
SAMSUNG 980 PRO 2TB PCIe NVMe Gen4 Internal Gaming SSD M.2 (MZ-V8P2T0B/AM)	SAMSUNG	980 PRO	2 TB	MZ-V8P2T0B/AM
PNY CS900 120GB 2.5" SATA III Internal Solid State Drive (SSD) - (SSD7CS900-120-RB)	PNY	CS900	120GB	SSD7CS900-120-RB

表 5 亞馬遜 SSD「商品介紹」欄目資訊呈現

商品介紹欄	產品名稱	系列	容量	產品型號
ASUS VivoBook 15 F515 Laptop, 15.6" FHD Display, Intel i3-1115G4 CPU, 8GB DDR4 RAM, 128GB SSD, Windows 11 Home in S Mode, Slate Grey, F515EA-AH34	ASUS	VivoBook 15	8GB	F515EA-AH34

续表

商品介紹欄	產品名稱	系列	容量	產品型號
Acer Aspire 5 A514-54G-74SM 14" FHD IPS LED-backlit Narrow Bezel Display Everyday Laptop, 16GB GDDR5 RAM, 512GB SSD, 11th gen Intel Core i7-1165G7, Nvidia MX350 Windows 10 Home (64-bit), Blue	Acer	Aspire 5	16GB	A514-54G-74SM
ASUS L410 MA-DB02 Ultra Thin Laptop, 14" FHD Display, Intel Celeron N4020 Processor, 4GB RAM, 64GB Storage, NumberPad, Windows 10 Home in S Mode, Star Black	ASUS	L410 MA-DB02	4GB	L410MA-DB02
MSI GL66 Gaming Laptop: 15.6" 144Hz FHD 1080p Display, Intel Core i7-11800H, NVIDIA GeForce RTX 3070, 16GB, 512GB SSD, Win10, Black (11UGK-001)	MSI	GL66	16GB	1UGK-001
ASUS ZenBook 13 Ultra-Slim Laptop, 13.3" OLED NanoEdge, Intel Evo Platform i7-1165G7, 8GB, 512GB SSD, NumberPad, Thunderbolt 4, Wi-Fi 6, Windows 11 Home, AI Noise-Cancellation, Pine Grey, UX325EA-EH71	ASUS	ZenBook 13	8GB	UX325EA-EH71

表 6 亞馬遜 Laptop「商品介紹」欄目資訊呈現

通過表 4 可以看出,亞馬遜網頁中的十餘種產品(SSD, Laptop, Desktop, Computer, Router, Mobile Phone, Air Conditioner, Smart Watch, Electric Scale, TV 和 Refrigerator)的「商品介紹」欄目包含的資訊雖然有一定差別,但資訊呈現有序。此外,「商品介紹」欄目的資訊之間有標點。基於此,筆者進行了對亞馬遜電子產品進行了詳細分析。觀察表 5 和表 6 可以發現,亞馬遜平臺對於「商品介紹」欄目構成內容的統一度比較高,都包含了 Brand Name(品牌), Series(系列), RAM(容量)和 Item Model Number(型號)這四個關鍵資訊。從文本可讀性來看,各個介紹欄目中均有標點符號來對不同屬性內容進行分隔,但標點符號沒有統一。從這幾個重要資訊的排序來看,順序基本一致,為品牌+系列+容量+型號。總體說來,從上述內容可以看出亞馬遜平臺「商品介紹」欄目的組成部分是有一定的規範的,各個商家的具體行文在該規範的大框架下進行靈活改變。

(三) 技術傳播視域下的實用性對比分析

通過對比表 1 和表 4 可以發現,與亞馬遜跨境電商英文網站「商品介紹」欄目相比,全球速賣通跨境電商英文網站的「商品介紹」欄目資訊排列無序,且「商品介紹」欄目資訊之間沒有標點符號。為了更清晰地瞭解跨境電商英文網站的實用性,筆者對 SSD 和 Laptop 兩款電子產品進行了深入分析:觀察表 2,表 3 和表 5,表 6 可以得出,全球速賣通電子產品「商品介紹」欄目資訊排列混亂,沒有一定規範。如:SSD 和 Laptop「商品介紹」欄目都沒有顯示品牌名稱,這就導致用戶就不能迅速找到滿足自身需求的品牌,也就是資訊表達得不夠準確。對於 Laptop「商品介紹」欄目的資訊用詞也不夠貼切,以全球速賣通 Laptop「商品介紹」欄目「Promotion Intel 13.3 inch laptop Windows 10 Ram 6GB Rom 128GB 256GB SSD Cheap Student Laptop portable laptop Wifi Computer」為例,其中的「Cheap Student Laptop」表達較為中式,不符合英文表達習慣。筆者建議改為「Affordable for Student」。其次,商品介紹的各種資訊無序地堆積在一起,沒有使用任何分隔符號,來將產品不同類別的資訊隔開,導致「商品介紹」欄目可讀性和易獲取性較差,此外,對於 SSD 的尺寸大小,有部分「商品介紹」欄目顯示為「2.5 Inch」,有的直接省去了 Inch,顯示為「2.5」。Inch(英寸)是電子產品的常用尺寸單位,在大多數跨境電商英文網頁「商品介紹」欄目上,通常省去不譯。因此,全球速賣通英文網站的「商品介紹」欄目沒有做到簡潔。總的來說,全球速賣通「商品介紹」欄目實用性不強,國外消費者在流

覽全球速賣通英文網站進行購物時,可能會因為商品資訊獲取困難,降低購買欲望,客源就會慢慢流失。從長遠來看,實用性不強的網頁不僅會阻礙企業對外發展,還會影響技術傳播的進一步發展。因此,需要做出相應改進,來提高英文網站的可用性,以滿足用戶的需求。相比之下,亞馬遜平臺有基本的欄目規範,即:產品品牌+產品系列+容量+型號。亞馬遜平臺「商品介紹」欄目首先呈現出產品品牌資訊,有助於使用者快速找到滿足自身需求的品牌。其次,商品介紹的一系列資訊並沒有無序地堆在一起,從表 5 和表 6 可以觀察到,產品不同類別的資訊使用了相應的分隔符號,如:空格,括弧,斜線,逗號等。將產品不同類別的資訊隔開,從而提高「商品介紹」欄目的易獲取性,消費者就能快速獲取所需資訊,節約時間成本。

三、技術傳播視域下跨境電商英文網站設計的建議

跨境電商英文網站「商品介紹」欄目應遵循一定的技術寫作規範。Mike Markel 認為,好的技術文檔應遵循以下幾個原則:忠實,清晰,可讀,準確,簡明及易獲取^①。在筆者看來,「可讀,準確,簡明,易獲取」同樣適用於跨境電商英文網站「商品欄目」的介紹,首先,英文網站「商品介紹」欄目的內容上必須準確,選擇清晰的詞彙,要做到「準確」。同時,語言要簡明易懂,即用簡單的詞彙介紹商品,幫用戶節約時間。從而做到「簡潔」和「易獲取」。此外,英文網站「商品介紹」欄目的介紹要進行排版,增加其可讀性。因此,遵循技術寫作規範適用於提高跨境電商英文網站的實用性。

沈晚雙和賈曉雲認為,技術寫作有著嚴格的寫作規範,就其內容而言,需做到:1. 內容上必須保證準確無誤,選擇意義清晰的詞語。2. 語言簡明易懂,使用者熟悉的表達方式。省略不需要的詞語。可以用一個詞就不要用兩三個詞。3. 資訊構建要具有邏輯性,避免歧義。4. 文本傳遞的資訊應準確、客觀、實用^①。而跨境電商的英文網頁作為技術寫作交付件之一,技術寫作規範對「商品介紹」欄目的設計同樣適用。

首先,對於「商品介紹」欄目的資訊處理,內容上必須保證準確,如:選擇貼切的介紹詞彙,同時避免拼寫錯誤。也就是 Mike Markel 所說的「準確」。其次,語言要通俗易懂,以用戶為中心,不要用生僻詞彙,而要用消費者熟悉的表達方式。此外,「商品介紹」的資訊排列要有一定順序和內在邏輯。以使用戶快速找到自己心儀的商品,還能避免誤導用戶。也就是要做到「可讀」和「易獲取」。最後,就是「商品介紹」欄目的文本資訊應客觀,不能誇大商品的用途,欺騙消費者。

為了提高跨境電商英文網站「商品介紹」欄目的實用性,應做到以下幾點:首先,「商品介紹」欄目要標明品牌,商品介紹用詞要恰當,做到「準確」。其次「商品介紹」欄目產品的不同屬性資訊應使用相應的分隔符號,如:空格,括弧,斜線,逗號等。將產品不同類別的資訊隔開,從而提高「商品介紹」欄目的可讀性和易獲取性。筆者認為,跨境電商英文「商品介紹」欄目應遵循以下三個原則:第一,標明商品品牌資訊。第二,商品介紹用詞要準確。第三,商品資訊排列順序要有序,具有內在邏輯,可根據不同產品資訊的重要程度來排列。對此,全球速賣通英文網站「商品介紹」欄目可以採取這樣的方式,即:商品品牌+商品特性。

結語

在網路數位化和經濟全球化的今天,技術傳播發展迅速,跨境電商英文網站作為技術傳播的形式之一,對我國跨境電商企業的發展有著重要的意義。然而,國內跨境電商企業英文網站「商品介紹」欄目實用性不強,無法取得最佳的技術傳播效果。鑒於此,本文從技術傳播的視角出發,通過將「全球速賣通」和「亞馬遜」網站中「商品介紹」欄目的實用性進行對比分析,對跨境電商英文網站中「商品介紹」欄目的資訊呈現總結出了以下三個原則:第一,標明商品品牌資訊。第二,商品介紹用詞要準確。第三,商品資訊排列順序要有序,

具有內在邏輯,並採取「商品品牌+商品特性」的方式進行設計。從而打造實用性強的跨境電商英文網站,以期讓中國企業更好地走向國際,加速中國經濟的發展。

參考文獻

- ① 俞沛:《我國中小企業國際化發展的路徑選擇》,《商業觀察》,2021年第31期,頁47-49。
- ② 潘圓圓,曲洪建:《跨境電商網站品質與服裝消費者購買意願關係的研究》,《東華大學學報(自然科學版)》,2019年第45期,頁128-134。
- ③ 柴暢:《跨境電商平臺中美購物網站店鋪主頁的跨文化比較》,《電子商務》,2020年第4期,頁33-34+36。
- ④ 張鴿:《論美國TC的學科屬性》,《廈門理工學院學報》,2012年第20期,頁103-107。
- ⑤ 陳珊珊:《基於用戶畫像的A公司跨境電商平臺的精確行銷策略優化》,浙江理工大學,2021年。
- ⑥ 王瑞琪,李擎:《技術傳播的用戶畫像分析理論對網頁內容設計的啟示》,《海外英語》,2019年第3期,頁151-152。
- ⑦ 朱豪:《跨境電商網站用戶購買意願影響因素研究》,江西財經大學,2021年。
- ⑧ 王傳英,王丹:《技術寫作與職業翻譯人才培養》,《解放軍外國語學院學報》,2011年第34期,頁69-73+128。
- ⑨ 曲藝,李鵬:《科技產品介紹的文體特點》,《現代交際》,2019年第15期,頁90-91。
- ⑩ Markel, Mike. (2015). *Technical Communication*. Macmillan.
- ⑪ 沈晚雙,賈曉雲:《技術寫作規範對技術文檔翻譯的指導作用》,《戲劇之家》,2017年第21期,頁222+224。

(Editors: Bonnie WANG & Joe ZHANG)