一、一般网页的普遍性需求：

通过阅读相关文献，基于现代信息社会快速发展的背景，了解并整理出人们在浏览网页时，普遍具有的需求。

1. 网页适应终端

响应式Web设计理念，设计的网页可以根据终端设备的性能进行适当的响应和调整。Web 设计的目标设备不仅包括手机终端，还可以兼容平板电脑，电视，PC显示器，以及手机屏幕的纵向或横向的使用。

构建响应式Web的技术关键在于：HTML5技术、CSS3 Media Query技术。最主要的技术环节包括流体布局、流体图片、媒体查询。

（参考文献：响应式Web设计在移动终端的实践探索，郭飞军）

1. 文字阅读体验

需要使用较短的词汇。词长即语料库中以字母为单位词汇的长度。研究证明，词长会影响读者的理解效率及信息回忆能力( Nielsen，1999) 。一般而言，单词越长越难理解，若网页文本中的长单词较多，便不利于读者的阅读及信息获取( Spyridakis，2000) 。

不易使用长句。平均句长与平均篇幅是简化假设的另一个重要指标。对于网页用户，他们更习惯于阅读语法简单的短句和短小精悍的篇章，这有助于提高浏览速度( Morkes，1997)。Jiménez-Crespo ( 2011c) 的研究指出由于眼睛浏览屏幕的速度低于浏览纸质媒介，建议英文网页的句长最好不超过25 个单词，否则无法保证用户体验。

词汇密度不宜过大。词汇密度即实词总数与总词数之比乘以100% ( Stubbs，1996) ，此算法已被广泛接受和使用( Baker，1995; Laviosa，1998; Olohan，2004 ) 。实词即实意词，包括名词、实意动词、形容词与副词。而与之相对的虚词指不具备稳定意义的语法功能词，如介词、代词、连词、冠词、助动词、情态动词等。词汇密度越大说明实词越多，文本信息含量大，阅读理解难度也较大。

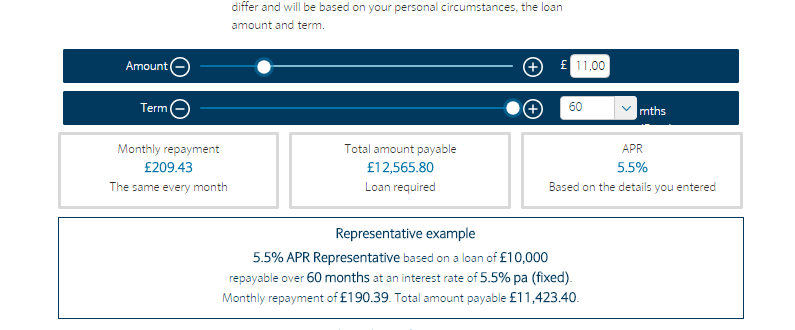
（参考文献：网站本地化中的简化现象及其影响———基于语料库的翻译共性研究）

1. 网页设计原则
2. 数据决策力

以大数据库为基础，确立切实可行的数据采集机制，综合运用互联网、云计算、大数据和可视化等先进技术，完成数据筛选、运用和展示。在个人贷款网页的数据展示上，不仅可以通过多媒体形式展现利率，可贷款金额，贷款年限等数据，还可以展现获得贷款申请人数等不涉及用户隐私的大数据信息。用真实数据来使浏览者有更加真实的感受。

1. 用户互动

更多的面向用户，注重用户体验；页面布局重点突出，主次分明；交互体验流程清晰、简洁。为用户提供“一站式”的服务，并与用户产生互动，吸引并留住用户、聚集人气是网站发展的根本。就个人贷款网页而言，这种用户互动可以体现在问题解答，或者提供定制化贷款方案选择器，如巴克莱银行相关网页（如下图所示）等。



（参考文献：专利交易会网站及展示交易平台的设计与展望——以中国国际专利技术与产品交易会为例\_张通博）

三、发达英语国家用户对个人留学贷款网页的需求

由于难以直接接触到国外用户，直接了解其需求，且基于网页的构建与后期维护是越来越贴近用户需求的，本次需求分析从国外银行个人留学贷款网页出发，参考其网页构建元素，从而了解目标用户群体可能的需求。分析的目标网页包括以下七个：

* 美国富国银行（<https://www.wellsfargo.com/student/?linkLoc=fn>）
* 加拿大丰业银行

（<https://www.scotiabank.com/ca/en/personal/loans-lines/line-of-credit/scotialine-personal-line-of-credit-students.html>）

* 美国银行（<https://bettermoneyhabits.bankofamerica.com//en//en/college>）
* 苏格兰皇家银行（https://personal.rbs.co.uk/）
* 花旗银行

（https://online.citi.com/US/JRS/pands/detail.do?ID=LLInstallmentLoan&JFP\_TOKEN=GFBCCRWN）

* 巴克莱银行（<https://www.barclays.co.uk/loans/personal/>）
* 美国萨利美学生留学贷款公司（https://www.salliemae.com/student-loans/）

1. 页面有菜单栏

|  |  |
| --- | --- |
| 美国富国银行 |  |
| 加拿大丰业银行 |  |
| 美国银行 | C:\Users\ADMINI~1\AppData\Local\Temp\1543030093(1).png |
| 苏格兰皇家银行 |  |
| 花旗银行 |  |
| 巴克莱银行 |  |
| 美国萨利美学生留学贷款公司 |  |

我们需要本地化的网页已经有了自己默认的网页菜单栏，这一块的内容采用翻译内容保留原形式的做法即可。

|  |  |
| --- | --- |
| 中国银行 |  |

1. 图片元素

在贷款种类的网页上（即个人留学贷款说明网页的上一级网页），参考的多家银行都使用了图片元素。

|  |  |
| --- | --- |
| 美国富国银行 |  |
| 加拿大丰业银行 |  |
| 美国银行 |  |
| 苏格兰皇家银行 |  |
| 花旗银行 | 无 |
| 巴克莱银行 |  |
| 美国萨利美学生留学贷款公司 |  |

|  |  |
| --- | --- |
| 中国银行 |  |

我们发现，国外大多数的贷款总览网页都在页面上添加了图片元素，使整个页面较为开朗活活，使用的色彩元素也较为明亮，给人一种轻松快乐的感觉。其中图片主角大多为学生，面带微笑，给读者一种潜在的心里暗示：留学贷款给你未来人生的成功之路添加助力。反观需要本地化的中国银行个人贷款总览网页，几乎没有图片元素，画面色彩搭配也较为严谨，正式感更强些。

为了增强用户的阅读体验，建议对上述表格中的中国银行个人贷款总览页面添加图片元素。

1. 模块化信息排布

|  |  |
| --- | --- |
| 美国富国银行 |  |
| 加拿大丰业银行 |  |
| 美国银行 |  |
| 苏格兰皇家银行 |  |
| 花旗银行 |  |
| 巴克莱银行 |  |
| 美国萨利美学生留学贷款公司 |  |

|  |  |
| --- | --- |
| 中国银行 |  |

从上述对比中可以看出，在针对个人留学贷款或其他类似单独的个人贷款项目的独立页面上，参考的英语网站都采用了模块化式的信息排布，使读者可以快速跳过已知信息，获取需要的未知信息。

1. 答疑元素

|  |  |
| --- | --- |
| 美国富国银行 |  |
| 加拿大丰业银行 |  |
| 美国银行 |  |
| 苏格兰皇家银行 |  |
| 花旗银行 |  |
| 巴克莱银行 |  |
| 美国萨利美学生留学贷款公司 |  |

|  |  |
| --- | --- |
| 中国银行 | 无 |

通过对比可以发现，英语国家银行都在页面上设置了答疑区域，有的银行贷款网页整个内容组织或部分内容组织就是以问题和答案合成的的形式来阐释信息的（如：美国银行，花旗银行，巴克莱银行，美国萨利美学生留学贷款公司）。这种答疑形式可以方便浏览者解决自身问题，节省浏览者理解时间。