# Article information:

Measuring ease of use of mobile applications in e-commerce retailing from the perspective of consumer online shopping behaviour patterns - ScienceDirect  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698919304485>

# Article summary:

1. 移动应用的易用性对电子商务零售至关重要。随着移动通信设备的普及，消费者的在线购物行为逐渐从计算机转移到智能手机等移动终端上。因此，了解消费者如何使用移动应用以及为什么使用移动应用对于普遍的移动营销成功至关重要。

2. 易用性是衡量移动应用的重要质量属性之一，它涉及到消费者在线购物行为模式。如果一个移动应用不能清楚地呈现其主要业务内容或回答消费者的疑虑，消费者很可能会离开；如果一个移动应用的人机交互不够友好吸引人，消费者也会转向其他应用。因此，评估电子商务零售中移动应用的易用性是必要的。

3. 使用信息距离理论（DIT）作为评估方法可以定量测量移动应用的易用性。信息距离具有定量测量信息和知识的优势，并且可以被广泛运用于网站和网络信息测量研究中。通过使用DIT理论，可以建立一个基于多个选择步骤的评估程序来判断和比较不同移动应用的易用性。

# Article rating:

Appears moderately imbalanced: The article provides some useful information, but is missing several important points or pieces of evidence that would be required to present the discussed topics in a balanced and reliable way. You are encouraged to seek a more balanced perspective on the presented issues by exploring the provided research topics and looking at different information sources.

# Article analysis:

这篇文章主要探讨了移动应用在电子商务零售中的易用性问题，并从消费者在线购物行为模式的角度进行了测量。文章提到，了解消费者如何和为什么使用移动应用对于普遍的移动营销成功至关重要。然而，文章并没有提供关于移动应用易用性的详细信息，并且对消费者在线购物行为模式的研究也有限。

文章引入了信息距离概念，并提出了一种基于信息状态转换理论的评估方法来衡量移动应用在电子商务零售中的易用性。然而，文章没有详细解释这个评估方法是如何工作的，也没有提供相关数据或实证研究来支持其有效性和可靠性。

此外，文章还存在一些其他问题。首先，文章没有充分考虑到用户体验和用户界面设计对于移动应用易用性的影响。其次，文章没有提及与安全和隐私相关的问题，这在移动应用中尤为重要。最后，文章没有探讨不同类型用户（如年龄、文化背景、技术能力等）对移动应用易用性的差异。

总之，这篇文章在探讨移动应用易用性问题方面存在一些不足之处，并且缺乏充分的论证和实证研究来支持其主张。进一步的研究应该更全面地考虑用户体验、安全性和隐私问题，并对不同类型用户的需求进行深入分析。

# Topics for further research:

* 移动应用易用性问题
* 用户体验和用户界面设计
* 安全和隐私问题
* 不同类型用户的需求
* 评估方法的有效性和可靠性
* 实证研究的缺乏

# Report location:

<https://www.fullpicture.app/item/57e13c6c2119ac828523856fef746ba4>