ICS 97.140
CCS Y 80

中华人民共和国国家标准

GB/T XXXXX—XXXX

家具用户体验评价导则

Guidelines for user experience evaluation of furniture

(点击此处添加与国际标准一致性程度的标识)

（征求意见稿）

（本草案完成时间：）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX－XX－XX 发布　　XXXX－XX－XX 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会　发布

前　言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则　第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国轻工业联合会提出。

本文件由全国家具标准化技术委员会（SAC/TC 480）归口。

本文件起草单位：上海市质量监督检验技术研究院有限公司、圣奥科技股份有限公司、安徽省产品质量监督检验研究院、麒盛科技股份有限公司、千年舟新材科技集团股份有限公司、上海万木生源家居有限公司、丝涟床具（上海）有限公司、上海龙床垫集团有限公司、永艺家具股份有限公司、深圳雅兰家具有限公司、乐歌人体工学科技股份有限公司、海太欧林集团股份有限公司、广东联邦家私集团有限公司、南京林业大学。

本文件主要起草人：汪进、姚晨岚、李文忠、张叙俊、吴自成、龙潭、杜修兵、田茂华、朱云霄、罗菊芬、王灵芝、赵福义、祝赫翎、刘力、吴智慧、施钧、林涛、李宁、聂靖。

家具用户体验评价导则

1 范围

本文件确定了家具用户体验评价的原则、程序、评价指标体系，规定了评价指标的取值规则、评价结论和评价报告，描述了评价方法和评价结果形成规则。

本文件适用于家具用户体验的评价。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

用户体验 user experience

用户对于使用或期望使用的系统、产品或服务的感受和反应。

注1：用户感受和反应包括用户在使用系统、产品或服务前、使用中和使用后产生的情感、信任、喜好、认知印象、舒适度、行为和成就感。

注2：用户体验是系统、产品或服务的品牌形象、外观特点、功能特性、系统性能、交互行为及辅助功能产生的结果。用户体验受用户的先前经历、态度、能力和个性所形成的身心状态及使用情境的影响。

[来源：GB/T 18978.210—2024/ISO 9241-210:2019，3.15]

4 总体原则

家具用户体验评价遵循以下原则：

a) 评价以用户的需求和期望为核心，关注用户在使用家具产品的真实感受；
b) 评价公正、严谨、科学、客观，真实反映技术水平，提出符合实际的评价结论；
c) 评价采用科学的方法和工具，确保评价结果的可靠性和有效性；
d) 根据不同家具产品的类别，构建相应的评价指标体系，建立定性定量相结合的评价体系，为评价指标设置可比基准，保证评价结论的科学性、准确性和实用性；
e) 完整记录依据的标准规范、数据来源、测算方法、评价过程，便于对结果复查核验；
f) 开展评价的机构及人员具备家具相关的专业能力和经验，熟悉相关领域的技术、法律法规、标准规范等情况。

5 评价指标体系

5.1 指标体系

评价指标包括品牌形象、外观特点、功能特性、系统性能、交互行为、辅助功能六类一级指标，在一级指标下设置二级指标。评价指标体系示例见附录A。

5.2 评价指标要求

5.2.1 品牌形象重点选取产品信息透明度、售前服务体验、售后服务保障、口碑等方面的指标。
5.2.2 外观特点重点选取造型设计、色彩搭配、表面工艺质量、尺寸比例等方面的指标。
5.2.3 功能特性重点选取储物、坐卧、支撑、作业等基础使用功能等方面的指标。
5.2.4 系统性能重点选取有害物质限量、结构安全、婴幼儿及儿童家具安全、阻燃性能安全、力学性能、理化性能等方面的指标。
5.2.5 交互行为重点选取人机界面、调节、操作、多人共用等方面的指标。
5.2.6 辅助功能重点选取无障碍设计辅助、适老设计辅助、智能化辅助、多功能拓展辅助等方面的指标。

6 取值规则

6.1 二级指标取值规则

二级指标分为定量和定性两种形式给出指标值。当定量时，评价指标的测试数据以现场实测数据为依据。

6.2 一级指标取值规则

用户体验评价总分值100分，一级指标品牌形象满分15分、外观特点满分15分、功能特性满分20分、系统性能满分30分、交互行为满分10分、辅助功能满分10分。不符合强制性国家标准规定的家具，系统性能得0分。

一级指标的取值为对应的二级指标值加权之和，按公式（1）计算。

$$E_i = \sum_{j=1}^{n}(a_{ij}w_{ij}) \cdots\cdots (1)$$

式中：

E_i——第i个一级评价指标的指标值；

n ——第i个一级评价指标下二级评价指标的数量；

a_{ij}——第i个一级评价指标下第j个二级评价指标的得分；

w_{ij}——第i个一级评价指标下第j个二级评价指标的权重。

7 评价方法

家具用户体验评价可采用但不限于以下的方法，示例见附录B。

a) 标准对照：对照相关标准规范等进行评价；
b) 类比分析：与同类案例的指标水平进行对比分析；
c) 实证评价：应用实验室测试、现场比对测试等方法进行评价；
d) 专家判断：利用专家经验、知识和技能进行评价；
e) 用户访谈：通过与用户面对面交流，了解用户对家具产品的使用感受和意见；
f) 问卷调查：通过设计问卷，收集用户对家具产品的评价数据；
g) 眼动追踪：通过记录用户在使用家具产品时的眼动轨迹，分析用户的视觉注意力分布；
h) 生理指标测量：通过测量用户在使用家具产品时的生理指标，如心率、皮肤电导率等，分析用户的情绪反应。

8 评价结果形成规则

8.1 评价结果计算

家具用户体验评价总分按公式（2）计算。

$$X = \sum_{i=1}^{6} E_i \quad \cdots\cdots (2)$$

式中：

X ——评价总分；

E_i——第i个一级评价指标的指标值；

6 ——一级评价指标的数量。

8.2 评价结果分级设置

家具用户体验评价打分表见附录C。根据评价结果所得综合评分，家具用户体验评价分为非常满意、满意、一般、不满意、非常不满意五个等级，按表1进行分级设置。不符合强制性国家标准规定的家具，直接判为不满意。

表1 家具用户体验评价结果分级设置

指标	分级设置				
	非常满意	满意	一般	不满意	非常不满意
评价结果综合得分区间	90≤X≤100	80≤X <90	70≤X <80	60≤X <70	X <60

9 评价程序

家具用户体验评价的程序包括：

a) 明确评价目标：确定评价的目的、对象和范围；

a) 制定评价计划：确定评价指标、评价方法、评价样本、评价时间等；

b) 收集评价数据：采用选定的评价方法，收集用户对家具产品的评价数据；

c) 分析评价数据：对收集到的数据进行分析，得出评价结果；

d) 形成评价结论和/或报告：将评价结果以书面形式呈现，并提出改进建议。

10 评价结论和评价报告

10.1 评价结论

评价机构根据评价结果形成评价结论。评价结论可以是符合性评价结论或技术水平评价结论。

10.2 评价报告

评价报告应包括但不限于以下方面的内容：

a) 评价对象；

b) 评价目的；

c) 评价所依据的标准；

d) 评价实施时间、地点、评价人员等；

e) 评价主要过程和特殊情况的处理、最终结论及分析等内容；
f) 评价结果、评价等级。

附 录 A
（资料性）
家具用户体验评价指标体系示例

家具用户体验评价指标体系示例见表A.1。

表A.1 家具用户体验评价指标体系示例

一级指标	二级指标	分值	评价方法
品牌形象	产品信息透明度	15 分	专家判断、用户访谈、问卷调查、类比分析等
	售前服务体验		
	售后服务保障		
	口碑		
外观特点	造型设计	15 分	标准对照、类比分析、专家判断、问卷调查、用户访谈、眼动追踪等
	色彩搭配		
	表面工艺质量		
	尺寸比例		
功能特性	储物	20 分	标准对照、实证评价、类比分析、专家判断、问卷调查、用户访谈等
	坐卧		
	支撑		
	作业		
系统性能	有害物质限量	30 分	标准对照、实证评价、类比分析、专家判断、生理指标测量等
	结构安全		
	婴幼儿及儿童家具安全		
	阻燃性能安全		
	力学性能		
	理化性能		
交互行为	人机界面	10 分	实证评价、眼动追踪、生理指标测量、问卷调查、用户访谈、专家判断、类比分析等
	调节		
	操作		
	多人共用		

辅助功能	无障碍设计辅助	10 分	标准对照、实证评价、类比分析、专家判断、问卷调查、用户访谈等
	适老设计辅助		
	智能化辅助		
	多功能拓展辅助		

附 录 B
（资料性）
家具用户体验评价方法示例

家具用户体验评价方法示例如下：

a） 标准对照：核对儿童家具、人体工学、板材环保标准，排查尺寸、圆角、甲醛合规性；
b） 类比分析：对标 3 款头部竞品，对比调节功能、储物、久坐体感指标；
c） 实证评价：实验室升降耐久测试、校园实景 2 周对比试用；
d） 专家判断：工学、幼教、家具工艺专家现场评审打分；
e） 用户访谈：一对一访谈家长与学生，收集日常使用痛点；
f） 问卷调查：200 份李克特量表量化整体满意度；
g） 眼动追踪：测试儿童对调节按钮、刻度、护眼挡板视觉关注度；
h） 生理指标测量：监测肩颈肌电、心率，区分疲劳和放松状态。

附 录 C
（资料性）
家具用户体验评价打分表

家具用户体验评价打分表见表C.1。

表C.1 家具用户体验评价打分表

产品名称			型号规格		
生产日期			生产者名称和地址		
评定实施机构			评定实施机构联系人及联系方式		
评定人员	姓名	单位		备注	
得分情况					
序号	一级指标	二级指标	得分（评价结果）	分值	总分
1	品牌形象（满分15分）	产品信息透明度			
		售前服务体验			
		售后服务保障			
		口碑形象			
2	外观特点（满分15分）	造型设计			
		色彩搭配			
		表面工艺质量			
		尺寸比例			
3	功能特性（满分15分）	储物			
		坐卧			
		支撑			
		作业			
4	系统性能（满分15分）	有害物质限量			
		结构安全			
		婴幼儿及儿童家			

		具安全			
		阻燃性能安全			
		力学性能			
		理化性能			
5	交互行为（满分 15 分）	人机界面			
		调节			
		操作			
		多人共用			
6	辅助功能（满分 15 分）	无障碍设计辅助			
		适老设计辅助			
		智能化辅助			
		多功能拓展辅助			
评定结果					
是否符合强制性国家标准		□是 □否	用户体验等级	□非常满意 □满意 □一般 □不满意 □非常不满意	
备注：					
评定日期：					