《家具用户体验评价导则》国家标准（征求意见稿）编制说明

《家具用户体验评价导则》标准起草小组

《家具用户体验评价导则》国家标准编制说明

1 工作简况

1.1 任务来源

2025 年一季度，全国家具标准化技术委员会（以下简称：家具标委会）根据我国家具市场需要，组织申报了《家具用户体验评价导则》标准计划项目。2025 年 9 月 5 日，国家标准委下达了该国家标准制定项目（国标委发〔2025〕47 号），计划编号 20254636-T-607，牵头承担单位为上海市质量监督检验技术研究院（2025 年 7 月转制为上海市质量监督检验技术研究院有限公司），项目周期为 18 个月。

1.2 制定背景

随着人们对高品质生活的不断追求以及市场竞争的日益激烈，家具的种类、品质以及智能化应用正日益丰富。在家具智能化和品质提升的趋势下，产品已不再局限于简单的机械式操作，其功能内容、操作方式以及相应的使用效果都经历了显著的革新与发展。这使得家具的用户体验相较于以往有了显著的改变，人们的生活理念和生活方式也将迎来新的变革。

我国已颁布一系列国家政策，旨在强化用户体验设计与评价，推动数字化技术的创新与应用，确保消费者权益，提升互联网信息服务及国家标准下的用户体验。《加强消费品标准化建设行动方案》明确要求增强消费体验标准的开发。基于消费品的使用行为、场景以及特定用户群体的特性，进行消费体验的标准化研究。家具作为日常生活中的重要组成部分，其用户体验直接关系到消费者的日常生活品质与满意度。制定家具用户体验评价准则，不仅是对国家政策的切实执行，也是对消费者需求的积极回应。通过这些标准的实施，能够引导家具企业更加重视用户体验，促进家具产品向更加人性化、智能化的方向演进。此外，这也将为消费者提供更优质的家具产品，满足其对高品质生活的向往。因此，从国家政策的引导和消费者需求两个维度来看，制定家具用户体验评价准则显得尤为必要。

制定《家具用户体验评价导则》这一国家标准，将为消费者提供了明确的购买参考，有助于消费者做出更为明智的购买决策，预计将促进消费额达到 20 亿

元。此外，该标准的制定亦有助于淘汰市场中的劣质产品，提升整体家具市场的质量水平，增强消费者对家具产品的信任。通过标准的引导，企业将更加注重产品的细节设计和人性化考量，满足消费者对高品质生活的追求。同时，该标准还将推动家具行业与国际接轨，提升中国家具在全球市场的竞争力。

1.3 起草过程

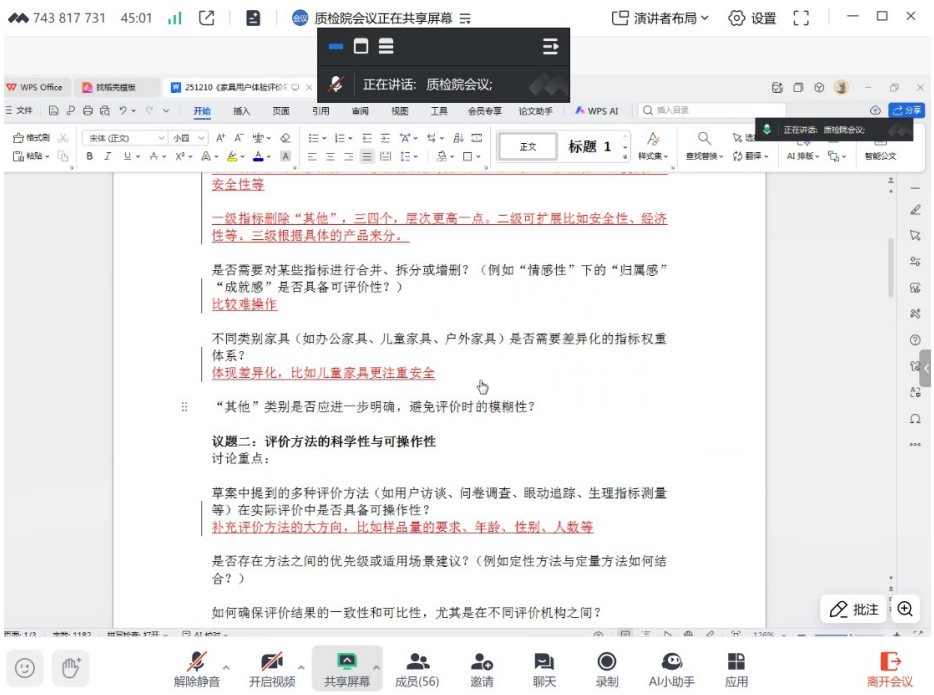
1.3.1 标准起草小组的成立

国家标准委标准制修订计划下达后，家具标委会根据该计划下达《家具用户体验评价导则》国家标准制定任务，由上海市质量监督检验技术研究院有限公司牵头承担。上海市质量监督检验技术研究院有限公司在接到项目任务后立即着手成立起草小组工作。

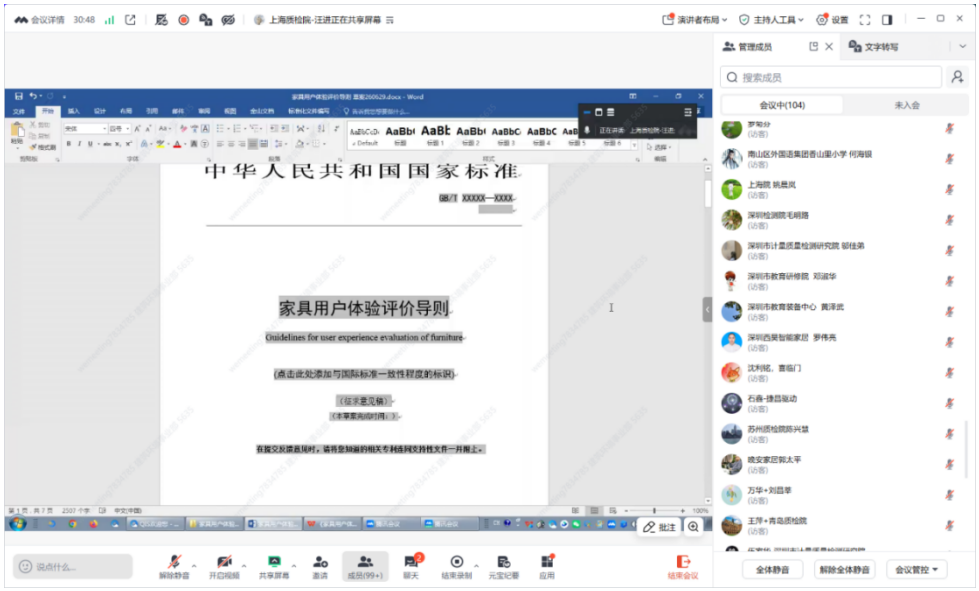
1.3.2 形成标准草案

2025 年 9 月至 2025 年 12 月，标准起草小组广泛收集、查阅国内外关于相关标准和技术资料，并完成了资料的整理和汇总工作。

2025 年 12 月 10 日，家具标委会在线上组织了《家具用户体验评价导则》研讨会，50 余名行业技术专家及企业代表在线参与了此次会议。针对以下七大议题进行了研讨：议题一：评价指标体系的结构与适用性；议题二：评价方法的科学性与可操作性；议题三：评价数据的收集与处理规范；议题四：评价结果的应用与改进机制；议题五：标准与现有法规、标准的衔接；议题六：评价报告的标准化与透明度；议题七：特殊用户群体与场景的适用性。会上专家提出了很多宝贵的意见，标准起草小组会后对标准草案进行了修改和完善。



2026 年 6 月 29 日，家具标委会再次在线上组织了《家具用户体验评价导则》研讨会，参加会议的有来自家具标委会委员、观察员、起草小组成员、检验检测机构、科研院所、行业协会、生产企业等共计 100 余人。本次会议研讨了标准的主要技术变化内容：1. 用户体验定义以及相关国内外标准情况；2. 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等一级指标构成情况以及分数上限的分配；3. 六个一级指标下二级指标的设置情况；4. 一级指标交互行为等指标的具体内容。本次会议研究决定了修改的内容，促进了该标准的科学性，提升了该标准的可操作性。会议建议起草小组按会议研究确定的内容，修改完善标准草案及其编制说明。



标准起草小组按照研讨会内容，基于当前产品技术的快速发展和不断进步的需求，对标准中的具体指标内容及其相关要求进行更为细致的划分和明确。在2026年的8月份形成了标准征求意见稿及其编制说明。

1.3.3 征求意见阶段

/

1.3.4 形成标准送审稿

/

1.3.5 形成标准报批稿

/

1.4 主要参加单位和工作组成员及其所做的工作

本标准项目制定任务由上海市质量监督检验技术研究院有限公司牵头，主要参加单位有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。主要参加人员包括：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、聂靖等。

汪进（上海市质量监督检验技术研究院有限公司）负责牵头制定标准技术框架，统筹标准主要章节内容、协调处理意见分歧等，负责各阶段的整体进度控制及内容审核。

姚晨岚、李文忠、罗菊芬（上海市质量监督检验技术研究院有限公司）、吴自成（安徽省产品质量监督检验研究院）、吴智慧（南京林业大学）提供相关产品检验报告、协助编制标准文本和编制说明，并参与标准研讨。

龙潭（麒盛科技股份有限公司）、田茂华（千年舟新材科技集团股份有限公司）、赵福义（上海万木生源家居有限公司）、王灵芝（丝涟床具（上海）有限公司）、朱云霄（麒盛科技股份有限公司）、祝赫翎（上海龙凤床垫集团有限公司）、刘力（永艺家具股份有限公司）、施钧（深圳雅兰家具有限公司）、林涛（乐歌人体工学科技股份有限公司）、李宁（海太欧林集团股份有限公司）、聂靖（广东联邦家私集团有限公司）负责提供了用户体验数据，并参与标准研讨。

张叙俊、杜修兵（圣奥科技股份有限公司）提供了用户体验数据，协助编制标准文本和编制说明并参与标准研讨。

2.国家标准编制原则、主要内容及其确定依据

2.1标准的编制原则

2.1.1 规范性

本标准严格按照 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》和 GB/T 20001.8—2023《标准起草规则 第 8 部分：评价标准》的要求编制，保证标准的规范性。本标准编制严格遵循国家标准化工作通用规范与家具行业相关标准体系要求，全程恪守国家标准编制流程、格式规范与术语统一准则，保障标准文本的严谨性、统一性与适用性。编制过程中全面衔接家具安全、工效学、产品质量、检测评价等现有国标、行标体系，统一家具用户体验评价的术语定义、评价维度、评价流程、判定规则及报告规范。同时，本标准既适配家具生产、检测、认证、市场监管等全行业应用场景，也为企业开展用户体验优化、第三方机构开展评价服务、行业规范市场秩序提供统一合规的标准化依据，有效提升家具用户体验评价工作的规范性、通用性与权威性。

2.1.2 科学性

本标准立足家具产品使用特性与消费者真实使用场景，以人类工效学、消费

心理学、产品设计学、质量评价学等多学科理论为核心支撑，构建科学严谨的用户体验评价体系。编制过程中充分结合家具产品的舒适性、易用性、安全性、耐用性、适配性等核心体验要素，科学划分评价指标层级、合理设定指标权重、精准确定评价分级标准。摒弃主观随意的评价方式，坚持定性分析与定量测评相结合、理论规范与实际应用相结合、个体体验与普适需求相结合，既兼顾不同年龄段、不同使用场景、不同消费群体的差异化使用需求，又保障评价结果客观、真实、可溯源、可复现，全面保障导则评价体系的科学性、合理性与专业性。

2.1.3 先进性

本标准紧密贴合我国家具行业转型升级、品质升级的发展趋势，立足当下家具产品智能化、个性化、适老化、绿色化的发展新特点，突破传统家具质量评价仅聚焦产品硬件参数的局限，创新性将用户主观体验、场景适配体验、长效使用体验等新型评价维度纳入标准体系。编制过程中充分吸纳国内外家具用户体验评价的先进理念、前沿技术与成熟方法，紧跟智能家居、定制家具、儿童家具、适老家具等多品类家具的发展需求，优化迭代传统评价模式，构建适配新时代家具产业发展的评价框架。同时，导则兼顾行业当下应用需求与未来发展导向，预留技术迭代与品类拓展空间，既能有效引导企业从产品质量达标向用户体验提质升级，推动家具行业高质量发展，也能引领行业建立更贴合消费升级需求、接轨先进评价理念的标准化评价体系，具备良好的前瞻性与行业引领性。

2.2主要内容及其确定依据

2.2.1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。

该标准的范围参照了 GB/T 20001.8《标准起草规则 第 8 部分：评价标准》，6.1“范围”的规定进行编写。

2.2.2规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

2.2.3术语和定义

本文件术语和定义的引入了GB/T 18978.210—2024/ISO 9241-210:2019《人-系统交互工效学 第210部分：以人为中心的交互系统设计》中“用户体验”的概念。该标准将用户体验定义为：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。

2.2.4评价原则

本标准提出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。

2.2.5 家具用户体验评价指标体系

2.2.5.1 总则

本章是GB/T 20001.8《标准起草规则 第8部分：评价标准》规定的必备要素，确立了家具用户体验评价指标体系的层级和框架，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。一级指标分为若干个二级指标，二级指标由若干具体评定项目组成。

2.2.5.2 品牌形象

品牌形象是用户前置感知体验，涵盖选购阶段的品牌认知、口碑信任与心理预设，体现品牌在购买前后所展现的专业度、透明度和服务水平，是建立用户连接的第一触点。品牌形象分为产品信息透明度、售前服务体验、售后服务保障、口碑等方面。

2.2.5.2.1 产品信息透明度

产品信息透明度是指聚焦产品信息披露的公开与详实程度，是建立消费者信任的基石。重点考察品牌是否清晰，准确地公示核心信息：包括材料真实名称、环保等级与产地、产品尺寸、承重等关键参数、生产工艺标准与价格明细，以及明确的售后服务条款，让消费决策有据可依。

2.2.5.2.2 售前服务体验

售前服务体验是指消费者在正式购买产品或服务之前，评估购买决策全程的服务感知，体现了品牌的专业与温度。涵盖咨询渠道的便捷性与多样性；客服人员对产品材质、设计、保养知识的掌握程度；以及导购过程中是否保持客观中立的态度，耐心解答疑虑，以专业素养引导消费者做出最适合的选择。

2.2.5.2.3 售后服务保障

售后服务保障是指评价品牌产品交付后的服务质量，核心考察服务体系的完善度。重点关注服务热线响应速度，工程师上门的及时性与专业性，维修核心配件的充足储备，以及退换货政策是否具备清晰指引与公平性，为用户解决后顾之忧。

2.2.5.2.4 口碑

口碑是指衡量品牌在消费端的声誉积淀。综合参考第三方平台真实用户评价与评分、权威媒体的专业评测报告；排查品牌历史是否存在重大质量投诉或负面舆情；同时考量品牌的市场资历与行业地位，构建真实可信赖的品牌画像。

2.2.5.3 外观特点

外观特点是指聚焦视觉、触觉与造型美学的静态体验，通过材质肌理、色彩搭配与形态设计，构建极具感染力的感官审美。此处将外观特点分为造型设计、色彩搭配、表面工艺质量、尺寸比例等方面。

2.2.5.3.1 造型设计

造型设计是指对家具形态与结构进行有目的、有美感的创造性构思和规划，聚焦家具整体造型的和谐美感与设计统一性。考察线条轮廓是否流畅优雅，各部件比例是否协调均衡，以及整体风格是否明确且贯穿始终，营造出浑然一体的视觉体验。

2.2.5.3.2 色彩搭配

色彩搭配是指评估色彩运用的合理性与美感。考量主体色是否契合产品定位与流行趋势，部件间色彩搭配是否和谐悦目，以及整体色调与各类家居环境的适配性，实现视觉与空间的完美融合。

2.2.5.3.3 表面工艺质量

表面工艺质量是指衡量表面处理的精细程度与工艺水准。重点排查划痕、气泡、色差、崩边等缺陷，检验边角处理是否圆滑平整，接缝拼接是否严密均匀，以极致细节彰显匠心工艺。

2.2.5.3.4 尺寸比例

尺寸比例是指评估家具整体尺寸与局部比例在视觉上的舒适度与合理性。重点考察其在空间中的占位是否恰当，是否符合人体工程学的基本尺度，以及长宽高各部分比例是否匀称协调，带来稳定、和谐的视觉体验。

2.2.5.4 功能特性

功能特性回归家具核心使用价值，其核心价值在于它能否满足我们的基本使用需求。考量储物、坐卧、支撑、作业等基础实用功能，确保设计服务于真实的生活需求。

2.2.5.4.1 储物（柜子）

储物是指家具所具有的容纳、放置和储存其他物品的实用能力，重点评估既定体积内有效收纳空间的转化能力。关注内部结构设计的合理性，是否避免空间浪费；同时考量是否配备多样化的分区系统，以适配衣物、杂物、展示品等不同物品的分类存放需求。

2.2.5.4.2 坐卧（椅子和床）

坐卧是指椅、床类家具为人体提供静态承托与姿态维持的实用功能，评估人体在坐姿或躺卧状态下，骨架结构、软硬层次与尺寸比例对人体自然曲度的适配程度。关注座高、座深、靠背倾角（椅）及躺卧长度、床垫硬度分层（床）等人

机工学参数是否合理，能否有效承托脊椎与肢体、缓解关键受力点压力；同时考量接触面材质的亲肤性、透气性及回弹性，是否满足久坐不累、深睡安稳的使用诉求。

2.2.5.4.3 支撑（桌子）

支撑是指桌类家具为台面物品提供稳定承托的实用功能，评估桌体结构在既定尺寸与材质条件下，对日常置物、施压及意外冲击的承载能力与抗变形能力。关注框架结构设计与材料选用的合理性，是否确保台面在纵向压力及横向推力下不出现明显晃动、下沉或断裂风险；同时考量桌腿连接方式与底框刚性，是否适配书写、置物、倚靠等不同使用场景下对稳定性的差异化需求。

2.2.5.4.4 作业

作业是指桌、台类家具为书写、操作、备餐、梳妆等任务型活动提供适宜条件的实用功能，评估作业姿态下台面高度、进退空间、膝部区及视线关系等人机参数的适配程度。关注作业面高度是否匹配椅高与身高，确保自然坐姿下肩颈放松、手肘可自然垂放；同时考量台面进深与下方净空是否充足，容纳肢体活动及物品临时摆布，兼顾不同作业场景的舒适、高效与便利。

2.2.5.5 系统性能

系统性能是指整合结构稳固性、环保标准、耐久性与安全性的综合性能，是家具品质的底层保障与长期使用的关键支撑。此处将系统性能分为有害物质限量、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。

2.2.5.5.1 有害物质限量

有害物质限量是指国家标准中强制规定的，家具产品所含或释放的有毒有害化学物质绝对不能超过的最高安全数值。其聚焦家具板材、涂料、胶粘剂等材料的环境友好程度与人体健康影响。严格考察是否符合国标或国际环保标准，严控甲醛等有害物质含量，确保无刺激性气味散发，守护居家健康。

2.2.5.5.2 结构安全

结构安全是指家具的物理构造在正常使用及可预见的误用下，不会对使用者造成人体伤害的安全性能，评估产品在静态放置、动态操作及意外倾斜等状态下对人体防护的完备程度。重点考察超过规定高度的柜体是否配备防倾倒固定装置，

外露边角是否经倒圆或倒角处理，孔洞及活动部件缝隙是否合理以防夹伤，玻璃等易碎部件是否采取防碎裂措施，是保障人身安全的基础防线。

2.2.5.5.3 婴幼儿及儿童家具安全

婴幼儿及儿童家具安全”是指专为3岁以下婴幼儿及3-14岁儿童设计的家具产品，在结构、材料、使用方式等方面必须满足的特殊安全要求。评估产品在物理结构、材料及尺寸设计上对儿童行为习惯与身体特征的适配程度，规避因儿童好动、好奇、缺乏自我保护意识而引发的跌落、夹伤、倾压、啃咬等风险。重点关注边缘尖端、孔及间隙等是否符合儿童强制性标准，封闭柜体是否留有通风结构，适用年龄及警示语是否明确标注。

2.2.5.5.4 阻燃性能安全

阻燃性能安全是指家具材料在接触火源时，抵抗燃烧、延缓火焰蔓延、并在火源移开后能较快自行熄灭的能力，评估软体家具（沙发、床垫、软包件）在遭遇明火或灼热源时对火焰扩散的抑制程度。重点考察材料抗引燃性、火焰蔓延速度，以及火源移除后能否迅速自熄，是决定火灾状态下人员逃生时间与安全保障能力的关键因素。

2.2.5.5.5 力学性能

力学性能是指家具抵抗外力作用而不被破坏、不变形、不失效的能力，评估家具整体结构在静置、晃动、承重等受力状态下的稳固性与可靠性。重点考察是否发生明显变形、摇晃或异响，以及连接结构的牢固程度与耐用性，是家具品质的核心基石。

2.2.5.5.6 理化性能

理化性能是指家具表面材料与涂层在物理磨损及化学侵蚀下保持外观与功能的能力，评估产品表层对摩擦、温度变化、液体接触、污渍沾染、潮湿环境及化学腐蚀的抵抗程度，在厨卫等潮湿区域尤为重要。重点考察表面耐磨性、耐冷热温差、涂层附着力、耐干热湿热、耐酸碱汗渍、耐污染性，以及板材防潮处理与涂层密封工艺的严密性，能否有效隔绝水汽与有害物质的侵蚀。

2.2.5.6 交互行为

交互行为是指关注人与家具互动的动态过程，从操作逻辑、使用流畅度到行为适配性，打造贴合人体工学的舒适体验。此处将交互行为分为人机界面、调节、操作、多人共用等方面。

2.2.5.6.1 人机界面

人机界面指智能家具或电动家具中涉及屏幕显示、电子按键、开关控制及移动终端应用程序等数字化交互方式的操作界面与信息呈现。重点考察界面布局的清晰性、菜单层级的简洁性、按键及触控区域的尺寸与响应灵敏度；针对APP或遥控器控制，关注操作流程是否便捷、功能入口是否明确、反馈是否及时。同时评估文字大小、图标辨识度、对比度等视觉要素，以及操作步骤的繁简程度、误操作容错性。若界面操作复杂度高于传统手动方式，或对老年人等群体存在明显使用障碍，应视为体验不佳。

2.2.5.6.2 调节

调节是指用户根据自身需求，主动改变家具某个部件的位置、角度或高度，以适配不同使用场景或身体姿态的操作行为。针对可升降桌、调节靠背等功能性部件，评估其操作的便捷性与精准度。重点考察调节机制是否省力顺畅，档位是否清晰可辨、锁定稳固，让用户能轻松适配不同场景的使用需求。

2.2.5.6.3 操作

操作是指用户通过开合、调节、移动等主动行为改变家具部件状态或空间位置的交互过程，侧重于传统机械式（非数字化）的操作方式，考察各项操作在施力负担与反馈感知上的综合表现。从人体工学角度评估用户所需付出的体力和精力，包括高处取物的便利性、重物抽屉的推拉阻力、频繁操作部件的高度合理性，力求减少身体的额外消耗；同时关注操作时给予用户的明确感官回应，如开关柜门时清脆的定位声、旋钮调节的档位顿挫感等，让每一次操作都获得确定与安心。

2.2.5.6.4 多人共用

多人共用是指家具在同时容纳多位使用者时，保障个体操作互不干扰、促进群体社交互动，并满足差异化使用需求的空间与功能设计能力，评估家具在多人共享场景下的体验平衡。考量餐桌的动线与容纳空间，确保多人就餐互不干扰；优化沙发的围合布局，促进家庭成员间的自然交流，让家具成为连接人与人情感的载体。

2.2.5.7 辅助功能

辅助功能是指延伸至适老化、无障碍设计及特殊人群关怀，叠加智能控制、场景适配等增值功能，体现设计的人文温度。此处将辅助功能分为无障碍设计辅助、适老设计辅助、智能化辅助、多功能拓展辅助等方面。

2.2.5.7.1 无障碍设计辅助

无障碍设计辅助是指是指通过优化家具的操作方式、尺寸高度及感官提示，为残障人群提供自主、安全的使用支持，消除因肢体或感官障碍带来的操作壁垒。重点考量轮椅使用者等残障群体的适配性，检查家具下方是否预留充足的腿部与轮椅回转空间，操作台面与功能件的高度是否适配坐姿使用，确保残障人士能独立、便捷地完成日常操作。

2.2.5.7.2 适老设计辅助

适老设计辅助是指针对老年人因生理机能衰退（力量减弱、关节僵硬、视力下降、反应迟缓）而进行的家具功能与形态的补偿性设计，让老年人能安全、独立、省力地完成日常起居动作。聚焦老年人与行动不便者的使用体验，评估家具是否配备稳固扶手、适宜操作高度，以及大尺寸易识别的按钮拉手、防滑耐磨的接触表面等设计，全方位保障使用过程中的便利性与安全性。

2.2.5.7.3 智能化辅助

智能化辅助是指通过传感器、电动驱动、互联通讯等技术手段，赋予家具主动感知、自动调节与远程交互的能力。评估家具集成的智能化功能所带来的辅助价值。例如，智能感应灯光、无线充电功能、温湿度监测、与全屋智能家居系统的互联联动，让家具成为智慧生活的终端节点。

2.2.5.7.4 多功能拓展辅助

多功能拓展辅助是指通过模块化设计、可变形结构或附加组件，使家具能够灵活切换使用场景、适配不同人群需求、或随家庭生命周期变化而扩展功能的设计能力。评估家具在基本功能之外的额外拓展能力。例如，沙发床的坐卧两用、餐桌的可伸缩设计、边几集成USB充电口等，最大化利用空间，满足用户多样化的生活需求。

2.2.6 家具用户体验评价指标取值规则

本章是GB/T 20001.8《标准起草规则 第8部分：评价标准》规定的必备要素。

家具用户体验评价指标应按表1进行取值。

表1 家具用户体验评价指标取值规则

序号	一级指标	二级指标	指标说明	取值规则
1	品牌形象	产品信息透明度	产品通过展示和说明，清晰呈现其功能、性能、数据采集及使用规则等信息。	具备产品信息透明度、售前服务体验、售后服务保障、口碑等方面的品牌形象得15分
2		售前服务体验	产品通过咨询、演示、试用等售前环节，为用户提供直观的服务感受。	
3		售后服务保障	产品通过维修、退换、技术支持等售后措施，为用户提供权益保护和问题解决。	
4		口碑	产品通过用户评价、社交传播及媒体报道，形成社会公众的总体印象和信誉度。	
5	外观特点	造型设计	产品通过形态、线条与结构的塑造，呈现独特的美学风格与视觉辨识度。	具备造型设计、色彩搭配、表面工艺质量、尺寸比例等方面的外观特点得15分
6		色彩搭配	产品通过色系、明暗与对比的组合，营造协调的视觉感受与情感氛围。	
7		表面工艺质量	产品通过材质处理、涂层及纹理等工艺，体现细腻的触感与整体品质感。	
8		尺寸比例	产品通过长宽高及部件间的比例关系，确保视觉平衡与使用舒适性。	
9	功能特性	储物	产品通过内部空间划分与开口设计，提供物品收纳与取用的便利性。	具备储物、坐卧、支撑、作业等方面的功能特性得20分
10		坐卧	产品通过座面、靠背及床面等结构，满足人体坐姿或躺卧的舒适需求。	
11		支撑	产品通过承重部件与力学结构，提供稳定可靠的物理支撑力。	
12		作业	产品通过操作台面或工作区域，支持用户进行书写、操作等任务活动。	
13		有害物质限量	产品通过原材料筛选及工艺控制，确保甲醛、重金属等有害物质含量符合标准限值。	具备有害物质限量、结构安全、婴

14	系统性能	结构安全	产品通过合理的结构设计与连接方式，避免锐边、夹手、倾倒等潜在危险。	幼儿及儿童家具安全、阻燃性能安全、力学性能、理化性能等方面的系统性能得30分（系统性能各项指标中包括强制性国家标准，若不满足则不得分）
15		婴幼儿及儿童家具安全	产品通过防撞、防夹、防跌落等专项设计，满足儿童使用时的特殊安全要求。	
16		阻燃性能安全	产品通过阻燃材料或处理工艺，延缓火焰蔓延，降低火灾风险。	
17		力学性能	产品通过承重、冲击、耐久性等测试，保证其结构强度和长期使用稳定性。	
18		理化性能	产品通过耐冷热、耐腐蚀、耐磨等测试，确保表面涂层及材料抵抗环境和使用影响的能力。	
19	交互行为	人机界面	产品通过显示、按键、触控或语音等交互方式，为用户提供清晰的信息反馈与操作指引。	具备人机界面、调节、操作、多人共用等方面的交互行为得10分
20		调节	产品通过可调结构或参数设置，满足用户对高度、角度、力度或模式等方面的个性化适配需求。	
21		操作	产品通过动作路径与反馈机制的设计，使用户的施力、移动或指令输入更加简便、准确和高效。	
22		多人共用	产品通过共享配置、记忆存储或快速切换等功能，支持多位用户在不同时段或同时使用时的便利与卫生。	
23	辅助功能	无障碍设计辅助	产品通过多感官补偿、操作简化及辅助输入，帮助残障人士顺畅使用。	具备无障碍设计辅助、适老设计辅助、智能化辅助、多功能拓展辅助等方面的辅助功能得10分
24		适老设计辅助	产品通过大字体、大按键、语音引导及防误触等设计，降低老年人使用时的认知与操作负担。	
25		智能化辅助	产品通过传感器感知、自动调节及学习算法，主动适应用户习惯并提供决策支持。	
26		多功能拓展辅助	产品通过模块化接口或配件扩展，支持用户根据需求灵活增加或变更功能。	

分数设计的思路如下：

取值规则共涉及六个维度，即品牌形象、外观特点、功能特性、系统性能、交互行为及辅助功能。总分设定为100分。

系统性能维度单独设置分值为30分。该维度包含强制性国家标准的符合性要求。若产品不满足强制性国家标准，则30分予以全部扣减（即该维度不得分），并且直接判定为不满意，整体评价终止。

其余五个维度（品牌形象、外观特点、功能特性、交互行为及辅助功能）的分值，通过调查问卷方式确定。问卷对象为对该家具具有专业认知的人士以及普通消费者，由双方分别从各自认知角度对上述维度的分值进行分配，最终依据问卷统计结果确定各维度的具体分值。

2.2.7 家具用户体验评价指标的评价方法

2.2.7.1 标准对照

对照相关标准规范等进行评价。如核对儿童家具、人体工学、板材环保标准，排查尺寸、圆角、甲醛合规性。通过逐条比对GB 18584-2024 《家具中有害物质限量》等国家标准条款，判定产品是否符合国家强制性及推荐性标准要求，形成合规性评价结论。

2.2.7.2 类比分析

与同类案例的指标水平进行对比分析。如对标3款头部竞品，对比调节功能、储物、久坐体感指标。通过横向比较明确产品在各指标上的相对优劣，识别差距与优势，为优化方向提供参考依据。

2.2.7.3 实证评价

应用实验室测试、现场比对测试等方法进行评价。如实验室升降耐久测试、校园实景2周对比试用。通过模拟真实使用场景或加速老化实验，获取客观性能数据，验证产品在实际使用中的可靠性与舒适性。

2.2.7.4 专家判断

利用专家经验、知识和技能进行评价。如工学、幼教、家具工艺专家现场评审打分。专家依据专业背景和实践经验，对产品的人机交互、安全性、工艺品质等维度进行综合评判并给出改进建议。

2.2.7.5 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。如对于校用家具，进行一对一访谈家长与学生，收集日常使用痛点。访谈内容围绕使用习惯、操作难点及满意度展开，挖掘问卷难以覆盖的深层需求与隐性诉求。

2.2.7.6 问卷调查

通过设计问卷，收集用户对家具产品的评价数据。如收集200份李克特量表，量化整体满意度。问卷涵盖功能、舒适、外观、安全等维度，通过统计分析量化用户偏好及满意度分布，获取具有统计意义的评价结论。

2.2.7.7 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。如测试儿童对调节按钮、刻度、护眼挡板视觉关注度。通过注视时长、热点图等指标，判断界面或功能区域是否有效吸引或分散用户注意力，优化信息布局。

2.2.7.8 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。监测肩颈肌电、心率，区分疲劳和放松状态。通过客观生理数据辅助判断产品在人机工效、舒适性及心理压力等方面的表现，补充主观评价的不足。

2.2.8 评价结果的应用

2.2.8.1 评价结果的计算

家具用户体验评价总分由六个一级评价指标的得分累加得出，六个指标分别为品牌形象（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）和辅助功能（满分 10 分）。每个指标依据各自的评分规则分别评定分值，最终将六个分值相加，即为评价总分，满分 100 分。

2.2.8.2 评价结果分级设置

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。综合得分在 90 分至 100 分之间的，为非常满意；在 80 分至 90 分之间的，为满意；在 70 分至 80 分之间的，为一般；在 60 分至 70 分之间的，为不满意；低于 60 分的，为非常不满意。此外，不符合强制性国家标准规定的家具，直接判为不满意，不再依据得分区间进行分级。

3.试验验证的分析、综述报告，技术经济论证，预期的经济效益、社会效益和生态效益

3.1 试验验证的分析、综述报告

3.1.1 试验结果统计

标准起草小组选取了 15 件典型家具产品进行了试验验证，样品种类分别有餐椅、儿童学习椅、办公转椅、智能座椅、单层床、双层床、弹簧软床垫、智能床垫、衣柜、书柜、浴室柜、屏风桌、儿童学习桌、沙发、电动沙发等，并按照标准进行了模拟打分评级，见表 2。

表 2：家具用户体验评价模拟验证打分数据表

序号	样品名称	得分情况	总分	评价等级
1	餐椅	品牌形象：10	77	一般
		外观特点：12		
		功能特性：18		
		系统性能：25		
		交互行为：6		
		辅助功能：6		
2	儿童学习椅	品牌形象：12	83	满意
		外观特点：12		
		功能特性：18		
		系统性能：25		
		交互行为：8		
		辅助功能：8		
3	办公转椅	品牌形象：14	85	满意
		外观特点：14		
		功能特性：17		
		系统性能：26		
		交互行为：7		
		辅助功能：7		
4	智能座椅	品牌形象：14	87	满意
		外观特点：13		
		功能特性：16		
		系统性能：26		
		交互行为：9		
		辅助功能：9		
5	单层床	品牌形象：10	78	一般
		外观特点：12		
		功能特性：19		
		系统性能：23		

		交互行为：7		
		辅助功能：7		
6	双层床	品牌形象：10	51	非常不满意
		外观特点：12		
		功能特性：15		
		系统性能：0		
		交互行为：7		
		辅助功能：7		
7	弹簧软床垫	品牌形象：15	83	满意
		外观特点：13		
		功能特性：16		
		系统性能：26		
		交互行为：7		
		辅助功能：6		
8	智能床垫	品牌形象：15	93	非常满意
		外观特点：14		
		功能特性：18		
		系统性能：28		
		交互行为：9		
		辅助功能：9		
9	衣柜	品牌形象：12	52	非常不满意
		外观特点：12		
		功能特性：15		
		系统性能：0		
		交互行为：7		
		辅助功能：6		
10	书柜	品牌形象：10	79	一般
		外观特点：14		
		功能特性：18		
		系统性能：24		
		交互行为：7		
		辅助功能：6		
11	浴室柜	品牌形象：10	68	不满意
		外观特点：11		
		功能特性：15		
		系统性能：20		
		交互行为：6		
		辅助功能：6		
12	屏风桌	品牌形象：12	78	一般
		外观特点：11		

		功能特性：16		
		系统性能：25		
		交互行为：7		
		辅助功能：7		
13	儿童学习桌	品牌形象：13	83	满意
		外观特点：13		
		功能特性：18		
		系统性能：26		
		交互行为：7		
		辅助功能：6		
14	沙发	品牌形象：14	82	满意
		外观特点：13		
		功能特性：17		
		系统性能：26		
		交互行为：6		
		辅助功能：6		
15	电动沙发	品牌形象：14	91	非常满意
		外观特点：14		
		功能特性：18		
		系统性能：27		
		交互行为：9		
		辅助功能：9		

15 件样品评价结果分布如下：

（1）非常不满意 2 件：双层床 51 分、衣柜 52 分。两件产品因不符合家具强制性标准，系统性能指标得 0 分，直接拉低综合总分，综合评价判定为非常不满意。

（2）不满意 1 件：浴室柜 85 分。各分项指标均有得分，但品牌、外观、功能、交互、辅助功能表现平平，无突出优势项直接拉低综合总分，综合评价判定为不满意。

（3）一般 4 件：餐椅 77 分、单层床 78 分、屏风桌 78 分、书柜 79 分。总分集中在 77-79 分区间，各分项指标均有得分，但功能、交互、辅助功能表现平平，无突出优势项。

（4）满意 6 件：儿童学习椅 83 分、办公转椅 85 分、弹簧软床垫 83 分、儿童学习桌 83 分、沙发 82 分、智能座椅 87 分。总分 82-87 分，各项指标

均衡，系统性能普遍得分较高，产品整体用户体验较好。

（5）非常满意 2 件：智能床垫 93 分、电动沙发 91 分，均属于带智能功能家具。品牌、外观、功能、系统性能、交互行为、辅助功能全维度高分，交互与辅助功能得分明显高于普通家具，综合体验最优。

3.1.2 试验结果分析

试验结果统计分析如下：

（1）系统性能指标具备关键否决作用

双层床、衣柜存在强制性标准不达标问题，系统性能直接计 0 分，即便其余 5 个评价项存在一定分数，综合结果仍判定为非常不满意。验证表明：本标准将系统性能作为核心约束指标是合理可行的，能够有效把不符合安全强制标准的家具筛选出来，实现 “安全底线优先”，体现家具产品安全是用户体验的前置条件。

（2）智能家具整体用户体验优于普通家具

智能床垫、电动沙发获得 “非常满意” 等级；智能座椅获得 “满意” 较高分数。智能家具在交互行为、辅助功能两项指标得分显著高于传统普通家具，智能附加功能丰富了用户体验维度。传统普通家具该两项普遍处于 6-8 分较低水平，成为传统家具主要短板。说明交互行为、辅助功能指标可以有效区分普通家具和智能家具的体验差异，指标设置适配当下智能家具发展现状。

（3）大部分主流家具产品处于 “满意” 水平

本次 6 件样品评价为满意，涵盖办公、儿童家具、软体家具等市场主流品类，各维度得分均衡，系统性能得分普遍较高，代表市场合规优质家具的普遍水平，本评价体系可以对市场主流产品实现有效区分。

（4）部分常规家具综合体验为 “一般”和“不满意”

餐椅、单层床、书柜、屏风桌、浴室柜为普通家用家具，产品安全合规，系统性能不为零，但交互、辅助功能得分偏低，没有额外人性化设计，综合处于一般等级。说明导则可以区分 “合规基础产品” 和 “体验优良产品”，不只评判安全合格，还能对舒适度、人性化体验进行差异化评价。

（5）评价体系覆盖品类适应性良好

本次验证样品覆盖坐具、床类、床垫、柜类、桌类，传统家具与智能家具均

包含在内，不同类型家具均可在 6 项评价维度完成打分，等级结果区分清晰，无指标不适配现象，证明导则评价框架对多品类家具通用性强。

3.1.3 试验结果小结

试验结果小结如下：

（1）安全强制性不达标产品，哪怕外观、品牌表现尚可，整体用户体验依旧很差。家具用户体验不能脱离产品安全底线，标准将安全相关要求嵌入系统性能指标，实现底线管控。

（2）传统家具的短板集中在交互行为、辅助功能，大多只实现基础使用功能，缺少人性化附加设计；智能家具在这两个维度优势明显，是提升用户体验的重要方向。

（3）评分等级梯度清晰：非常不满意→不满意→一般→满意→非常满意，分数区间划分合理，模拟验证结果与产品实际体验感知相匹配。

（4）本次 15 件样品模拟试验验证，验证了该标准整套评价指标、评分方法、等级划分科学可行。评价体系既守住家具安全强制标准底线，又兼顾品牌、外观、功能、智能交互、辅助人性化设计等用户体验要素；既适用于普通传统家具，也适配新兴智能家具，能够客观反映不同家具产品的用户体验水平，可用于家具产品用户体验评价工作。

3.2 技术经济论证，预期的经济效益、社会效益和生态效益

通过建立统一的家具用户体验评价标准，引导企业将研发资源从外观和概念的堆砌转向对人机交互、操作便利性、坐卧舒适度等核心体验维度的深耕，推动家具产品从"功能满足"向"体验优化"升级。标准实施后，企业可依据品牌形象、外观特点、功能特性、系统性能、交互行为、辅助功能六大维度的综合评价结果开展差异化产品定位，体验评分较高的产品可获得明确的市场溢价空间，形成"优质体验—品牌溢价—研发反哺"的良性循环。同时，统一的评价语言有助于减少厂商与消费者之间的信息壁垒，降低因体验不符预期导致的退换货成本，提升渠道运营效率。标准涵盖了从产品信息透明度、售后服务到有害物质限量、结构安全，再到人机界面、无障碍及适老设计辅助的全链条体验维度，引导行业从价格竞争转向体验竞争，优化市场资源配置，提升家具产品的附加值水平。

标准实施将有效提升消费者的选购效率，通过品牌形象、外观特点、功能特性、系统性能、交互行为、辅助功能六大维度的综合评价结果，帮助不同人群（如老年人、儿童、残障人士）快速匹配适合自身需求的产品，减少因体验不佳带来的使用困扰和健康隐患。对于生产企业，评价指标体系中关于系统性能（有害物质限量、结构安全、力学性能等）和交互行为（人机界面、操作、调节等）的要求，将引导企业在产品开发阶段引入用户测试和实证验证，逐步建立起以用户为中心的研发流程，提升产品开发的前瞻性和科学性。此外，标准的推广还将促进家具行业与适老、助残等领域的交叉融合，推动相关产业协同发展，提升家具产品和服务的综合供给质量。

生态效益方面，评价标准中关于功能特性（储物、坐卧、支撑、作业）和辅助功能（多功能拓展辅助）的要求，将引导企业注重产品的实用性和可拓展性，延长产品有效使用寿命，减少因功能局限或使用不适导致的提前淘汰和置换频率，从而降低原材料消耗和废弃物产生量，对推动家具行业绿色低碳发展具有积极的促进作用。

4 与国际、国外同类标准技术内容的对比情况，或者与测试的国外样品、样机的有关数据对比情况

尚未查到国外有与家具用户体验评价相关的国外或国际标准。

5.引用或者采用国际国外标准的情况

本标准未采用国际或国外标准。

6.与有关法律、行政法规及相关标准的关系

本标准与现行相关法律法规、规章及相关标准具有很好的协调与互补性。

7.重大分歧意见的处理经过和依据

在标准起草过程中，标准起草小组未收到重大分歧意见。

8.涉及专利的有关说明

本标准的起草过程中，起草小组未发现本标准的技术内容与有关单位或个人申请专利相关，不涉及相关知识产权问题。

9.实施国家标准的要求，以及组织措施、技术措施、过渡期和实施日期的建议等措施建议

建议标准批准发布后应将信息在相关网站上广为宣传。归口管理部门、行业协会、标准制定单位组织，分别对不同使用对象，如家具的生产企业、质检机构等，有侧重地进行培训和指导。在标准正式实施时应确保生产者、销售者、消费者、质检机构知晓并落实使用。

建议批准发布后6个月后正式实施。

10.其他应当说明的事项

该标准制定计划下达时，标准牵头起草单位为上海市质量监督检验技术研究院。因机构改革，2025年7月上海市质量监督检验技术研究院转制为上海市质量监督检验技术研究院有限公司。

《家具用户体验评价导则》标准起草小组

2026 年 8 月