



中华人民共和国国家标准

GB/T XXXXX—XXXX

优质服务 用户体验评估模型与方法

Service excellence—Assessment models and methods for user experience

(点击此处添加与国际标准一致性程度的标识)

(征求意见稿)

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

目次

前言 II

引言 I

1 范围 2

2 规范性引用文件 2

3 术语和定义 2

4 概述 4

 4.1 通用要求 4

 4.2 评估原则 4

5 评估模型 4

6 评估指标和方法 5

 6.1 概述 5

 6.2 服务高效性和包容性 6

 6.3 服务愉悦性与个性化 7

 6.4 服务可持续性 8

7 评估实施程序 9

 7.1 综述 9

 7.2 确定评估对象和目的 9

 7.3 确定参与评估的用户群 9

 7.4 确定评估指标和评估方法 9

 7.5 开展数据采集和分析 9

 7.6 形成评估结果 10

 7.7 推进评估结果应用 10

附录 A （资料性） 服务有用性评估 11

 A.1 综述 11

 A.2 服务安全性 11

 A.3 服务易获取性 11

 A.4 服务稳定性 12

附录 B （资料性） 用户体验评估通用指标 13

 B.1 净推荐值 13

 B.2 重复选择率 13

附录 C （资料性） 用户体验评估流程 14

参考文献 15

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。

本文件由全国服务标准化技术委员会提出并归口。

本文件起草单位：暂略。

本文件主要起草人：暂略。

引 言

随着市场竞争的日益激烈，以及全球化、数字化的到来，顾客面临更多的消费选择。随之而来的是，顾客的期望不断变化。只有以顾客为中心，致力于为顾客提供良好用户体验的企业才能得到蓬勃发展。2021年6月，国际标准化组织发布ISO 23592《优质服务 原则与模型》。该标准规定了优质服务的术语、原则与模型，以获得极致顾客体验以及可持续地打动顾客。标准关注的不是基本的服务供给，而是高品质的服务供给。我国于2022年等同采标ISO 23592，并发布GB/T 42185《优质服务 原则与模型》。用户体验评估是优质服务行为和结果监测的重要一环。本标准是优质服务标准族的重要组成部分，可与GB/T 42185-2022等优质服务系列标准配套采用。

本文件主要关注高品质服务的服务体验评估，而不是普通服务的服务体验评估，且提供的是通用的模型与方法。由于普通服务是高品质服务的基础，因此，本文件在附录中提供了基础通用的用户体验评估指标和方法。

优质服务 用户体验评估模型与方法

1 范围

本文件给出了在优质服务的框架下，用户体验评估的通用要求、评估原则、评估模型、评估指标和方法以及评估的实施程序。

本文件主要适用于各类型服务组织开展用户体验评估。

需要注意的是，本文件提供的是通用的评估模型和方法，各类型服务组织可根据自身实际对评估指标进行细化延伸。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 42185 优质服务 原则与模型

GB/Z 43427-2023 优质服务 设计高品质服务以实现极致顾客体验

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

用户 user

与服务及相关产品及服务系统有交互的人。

3.2

服务 service

为用户（3.1）的利益或满足其需求而提供的一项或一组活动。

[来源：GB/T 24620-2022，3.11，有修改]

3.3

利益相关者 stakeholder

服务系统中拥有权利、股份、声明或利益，或拥有能满足其需求和期望所有权的个人或组织。

[来源：ISO/IEC/IEEE 15288:2015，4.1.44，有修改]

3.4

服务设计 service design

以用户为主要视角，协同多方利益相关者共创，通过人员、场所、产品、信息等要素创新的综合集成，实现服务供给、服务流程、服务触点的系统创新，从而提升服务体验、服务品质和服务价值的设计活动。

3.5

用户体验 user experience

个人对产品、系统或服务的使用和/或预期使用产生的看法和回应。

注1：用户体验包括使用前、使用中和使用后所有用户的情绪、信念、偏好、感知、身体和心理反应、行为和成就。

注2：用户体验是交互式系统的品牌形象、表现形式、功能、系统性能、交互行为和辅助功能的结果，是用户的先前经验、态度、技能和个性，以及使用情境所产生的内部和身体状态的结果。

[来源：ISO 9241-11：2018, 3.2.3]

3.6

高品质的服务 excellent service

由组织向顾客提供，使顾客获取极致顾客体验从而打动顾客的高阶服务输出。

[来源：GB/T 42185, 3.2]

3.7

满意度 satisfaction

对其期望被满足程度的感受。

[来源：GB/T 19000-2016, 3.9.2, 有修改]

3.8

服务有用性 service effectiveness

能帮助用户完整、准确的达成目标。

3.9

服务高效性 service effectiveness

用户获取服务的便利程度和效率。

注：涵盖用户所付出的资源多少，包括时间的投入、精力的投入。

3.10

服务包容性 service inclusive

服务能支持不同生理和认知能力的人使用的程度。

3.11

服务容错性 service fault tolerance

服务系统预防用户犯错和纠正错误的程度

3.12

服务愉悦度 service delight

用户在服务过程中感受到惊喜、快乐等积极情绪的程度

注：更多情感（如惊喜）可以增强顾客的体验。

3.13

服务个性化 service personalization

服务提供者根据用户的不同需求提供差异化服务的程度。

3.14

评估主体 assessment subject

用户体验评估工作的组织者，常常是服务的提供者。

3.15

评估组织 assessment organization

用户体验评估工作的实施机构。

3.16

评估对象 assessment object

用户体验评估工作的客体，包括服务及相关产品，以及设施设备。

3.17

服务提供者 service provider

提供服务的组织或个人。

[来源：ISO 41011:2017, 3.1.2, 有修改]

4 概述

4.1 通用要求

4.1.1 服务提供者宜参照 GB/Z 42437 开展高品质服务的设计以获取极致顾客体验。

4.1.2 服务提供者可在服务设计原型测试阶段或服务正式投入运行阶段开展用户体验评估。

4.1.3 服务提供者可自行或委托第三方组织开展用户体验评估。行业学会、学会等社会组织也可根据工作需要，组织开展用户体验评估。

4.1.4 评估组织宜基于共创的思路，充分吸纳利益相关者，如终端用户参与用户体验评估。宜开展专家测评，并与一般的用户体验评估结果相比较。

4.1.5 组织可选择与核心服务一致的行业企业，开展用户体验评估结果的比较。

4.1.6 组织宜根据用户体验评估结果，参照 ISO 23592 的优质服务模型，不断改进组织管理模式，提升可持续提供高品质服务的能力。

4.1.7 在符合法律法规和伦理的前提下，组织可使用人工智能、信息平台等技术来开展用户体验评估。但建议同时结合专家测评等方式进行交叉分析。

4.2 评估原则

4.2.1 目的性和适用性

评估主体应根据管理实际，有针对性地开展评估。评估组织应根据评估目的，选择合适的评估方案、评估模型和评估指标。

4.2.2 以用户为中心

用户体验的好坏主要从用户的视角出发，并适当考虑其他利益相关方。

对数字服务体验进行评估时，应避免以技术先进性作为衡量用户体验好坏的依据。

4.2.3 科学性和可操作性

评估方案具有可实施性，并尽可能采用客观的方法。评估指标的选取充分考虑数据的可获取性。评估过程专业严谨，相关模型和方法科学有效。评估工作不干扰正常生产生活秩序。

评估组织客观、公平地实施评估活动。

4.2.4 纳入可持续性

评估时，除考虑用户个人需求与企业经济效益外，宜考虑服务对社会和资源环境的影响。

示例：如餐饮行业用户体验评估时宜考虑反浪费，酒店行业用户体验评估宜考虑节能环保。

5 评估模型

用户体验评估，主要分成四个层次，见图1。其中优质服务的用户体验评估主要针对第二层、第三层和第四层。

——有用性。评估服务是否以既定方式，稳定、安全、可靠地帮助用户解决实际问题。

- 高效性和包容性。评估服务过程中，用户是否觉得容易理解、操作方便、使用便捷、节省时间和精力；服务体系能否包容用户的一些误操作；能否提供通用的、可被大多数人理解和操作的解决方案；是否能更大程度地为不同的人群提供服务。
- 愉悦性和个性化。评估服务过程中，用户是否产生愉悦感、美感、文化体验感，或感到丰富有趣；用户是否能感受到服务的独特性，得到个性化服务体验；个体是否愿意重复购买服务，增进对服务组织的信赖感并主动将其推荐给他人。
- 可持续性。评估服务是否能引导个体用户超越个体需求的思考，利他，利社会；服务是否传递企业的社会责任感，是否从长远角度促进社会人文和自然生态环境的可持续发展。

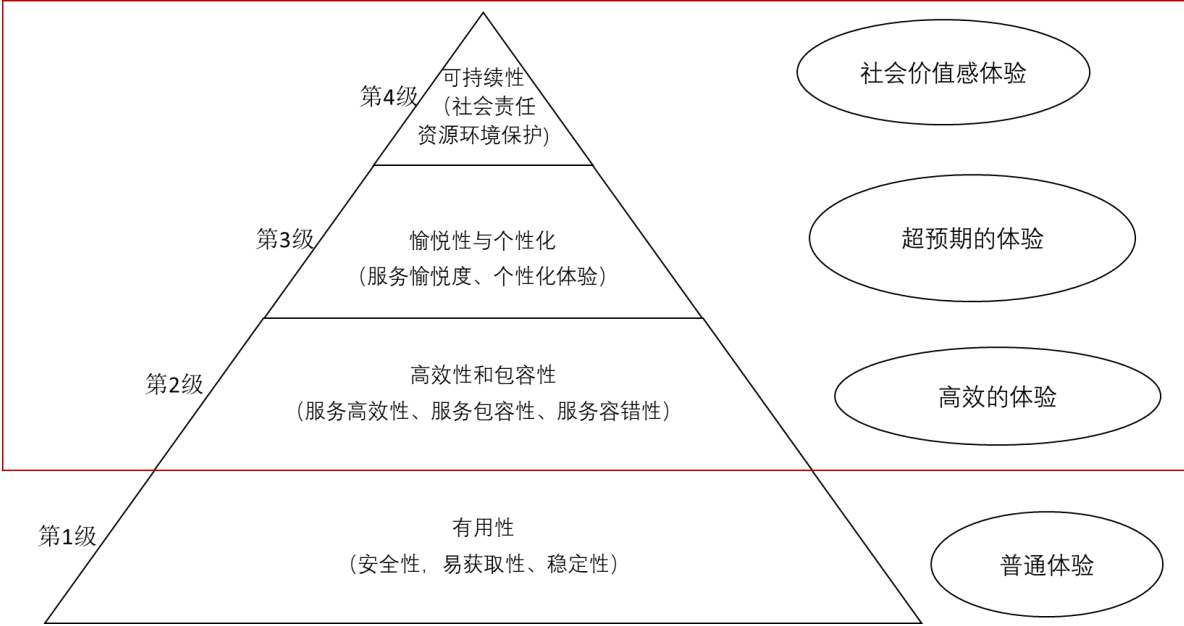


图1 用户体验层次

6 评估指标和方法

6.1 概述

6.1.1 评估组织要从评估目的出发，基于服务对象，选择合适的评估指标和评估方法。常见的评估指标和方法见表 1 和表 2。优质服务的用户体验评估主要针对“高效性和包容性”、“愉悦性和个性化”和“可持续性”。为维持体系完整性，附录 A 中提供了服务有用性评估指标和方法。

6.1.2 评估主体和评估组织可采用一些通用指标来衡量用户体验的成效，如净推荐值、用户重复选择率等。相关计算方法见附录 B。

表1 用户体验评估常见指标

一级指标	常用指标	具体含义
有用性	服务安全性	服务系统在用户人身安全、信息安全、财产安全方面的保障程度
	服务易获取性	用户获得服务的难易程度、服务的易学性、服务流程和步骤的简单性
	服务稳定性	服务系统稳定运行，确保用户达成目标的程度
高效性和包容性	服务高效性	用户获取服务的便利程度和效率。
	服务包容性	服务能支持不同生理和认知能力的人使用

	服务容错性	服务系统预防用户犯错和纠正错误的程度
愉悦性和个性化	服务愉悦度	用户在服务过程中感受到惊喜、快乐等积极情绪的程度
	个性化体验	服务内容、方式和流程满足用户偏好和个人独特需求的程度
可持续性	社会责任	服务对社会发展、员工发展的负责任程度
	资源环境保护	服务对自然资源利用和环境保护的负责任程度

表2 用户体验评估常用方法

评估指标	具体含义
专家评审	由服务管理者、服务提供者、服务设计者、服务领域专家基于自身专业知识与多年实际经验对产品或服务进行审查和评估
用户访谈	与用户进行面对面或远程访谈，深入了解服务的体验过程，评估是否能够满足用户的需求
A/B测试	对比两个或多个版本的产品，确定哪个版本用户体验更好
原型测试	使用产品原型邀请用户进行测试，收集反馈和改进建议
问卷调查	通过设计一系列问题，收集用户对产品或服务的反馈和意见
观察法	观察用户在实际环境中使用产品或服务，以便洞察用户需求、发现使用中的问题和潜在问题
可用性测试	邀请用户在受控环境中完成特定任务，以评估产品或服务的易用性和效率
焦点小组	组织一组用户进行讨论，以收集关于产品或服务的深入见解
用户画像	创建虚构的用户角色，以帮助设计和开发团队更好地理解目标用户群体
顾客行为分析	企业利用内外部数据对顾客的消费行为进行分析

6.2 服务高效性和包容性

6.2.1 服务高效性

可通过一次成功率、服务步骤简便性等指标来进行评估。其计算方法可参考表3。服务步骤简便性也可直接采用服务步骤数量进行评估。

表3 服务高效性评估指标和方法

指标	含义	具体公式	评估方法
一次成功率	用户一次性获得服务的比例	$X_1 = A_1 / B_1$ 式中： X_1 为一次成功率。 A_1 为规定时间内一次成功得到服务的人数或功能个数。 B_1 为总测试人群/功能总数。	定量可用性测试，问卷调查，CES问卷，业务系统自动生成
服务步骤简便性	用户获得服务（完成任务）所用步骤数目的能力	$X_2 = A_2 / B_2$ 式中： X_2 为服务步骤简便性。 A_2 为完成符合步骤数要求的人数或功能个数。 B_2 为总测试人群或功能总数。	可用性测试，行为数据分析，调研问卷，业务系统自动生成

6.2.2 服务包容性

可采用无障碍设计评分、多样性参与指数等指标来衡量服务的包容性。计算方法可参考表4。

表4 服务包容性评估指标和方法

指标	含义	具体公式	评估方法
----	----	------	------

无障碍设计评分	服务在设计和实现上对不同能力用户，例如残障用户的包容性。	$X_3=A_3/B_3$ 式中： X_3 为无障碍设计评分。 A_3 是符合特定无障碍设计标准的功能或设计元素数量。 B_3 为服务系统中的所有功能或设计元素的总数。	可用性测试，专家评审
多样性参与指数	衡量不同背景的用户群体，例如不同性别、年龄、文化背景等人群参与的程度。	$X_4=A_4/B_4$ 式中： X_4 为多样性参与指数。 A_4 为实际参与并接受服务的不同用户群体数量。 B_4 为预期参与的所有用户群体总数。	调研问卷，焦点小组访谈、用户行为日志分析

6.2.3 服务容错性

可通过服务系统预防用户犯错能力、错误纠正率等指标来进行评估，其计算方法可参考表5。

表5 服务容错性评估指标和方法

指标	含义	具体公式	评估方法
服务系统预防犯错率	服务系统预防用户犯错能力	$X_5=A_5/B_5$ 式中： X_5 为服务系统预防犯错率。 A_5 为服务过程中，服务系统有效防止用户犯错的次数/个数。 B_5 为总次数/总个数。	定量可用性测试 问卷调查 CES问卷
错误纠正率	用户在获取服务过程中成功纠正错误的次数占比	$X_6=A_6/B_6$ 式中： X_6 为错误纠正率。 A_6 为用户在获取服务时成功纠正错误的次数。 B_6 为用户在使用系统完成某项任务时出现错误的总次数。	可用性测试 行为数据分析

6.3 服务愉悦性与个性化

6.3.1 服务愉悦性

可采用5级愉悦度评估用户获取服务的不同阶段的服务愉悦度，见表6。整体愉悦度可采取加权平均法等方法进行加总。

表6 服务愉悦性评估指标和方法

指标	含义	具体公式	数据采集方法
服务愉悦度	用户因需求获得满足而获得愉悦感的程度	$X_7=f(x)$ 式中： X_7 为服务愉悦度。 $f(x)$ 取值从1, 2, 3, 4, 5中取。 $f(x)=1$, 未满足, $f(x)=2$, 无感, $f(x)=3$, 部分满足, $f(x)=4$, 比较满足, $f(x)=5$, 超出预期, 非常惊喜和愉悦。	5级愉悦度评估 脑电测试等

6.3.2 服务个性化

服务个性化可以通过个性化推荐准确率、定制化服务满意度、个性化推荐转化率等指标来进行评估。其计算方法可参考表7。

表7 服务个性化评估指标和方法

指标	含义	具体公式	评估方法
个性化推荐准确率	系统推荐的内容或用户需求的匹配程度	$X_8=A_8/B_8$	用户行为分析

		式中：X ₈ 为个性化推荐准确率。A ₈ 为用户点击或使用推荐内容的项目数。B ₈ 为推荐的总项目数。	
定制化服务满意度	用户对服务个性化定制程度的满意程度	$X_9=A_9/B_9$ 式中：X ₉ 为用户对服务个性化定制程度的满意程度。A ₉ 为对定制化服务表示满意的用户数。B ₉ 为总调查用户数。 也可在单个用户打分的基础上，通过算数平均法、加权平均法等方法计算平均得分。	用户调查、满意度问卷
个性化推荐转化率	通过个性化推荐内容或功能而产生的转化次数占总推荐展示次数的比例	$X_{10}=A_{10}/B_{10}$ 式中：X ₁₀ 为个性化推荐准确率。A ₁₀ 为用户在点击个性化推荐内容后完成特定转化（如购买、注册等）的次数。B ₁₀ 为个性化推荐内容被展示的总次数。	用户行为分析

6.4 服务可持续性

6.4.1 社会责任

社会责任可通过员工满意度、社会道德符合性、社会贡献度等指标来衡量。其中社会贡献率可采用本地就业率、税收贡献、本地社区参与率等指标来衡量，见表8。

表8 社会责任评估指标

指标	含义	具体公式	评估方法
员工满意度	评估员工对提供此项服务的满意度	$X_i=f(x)$ ， $X_{11}=\frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$ 式中：X _i 为员工 _i 的满意度。f(x)取值从1, 2, 3, 4, 5中取。f(x)=1, 很不满意，f(x)=2, 不满意，f(x)=3, 满意，f(x)=4, 比较满意，f(x)=5, 非常满意。 X ₁₁ 为员工整体满意度。n为参与调查的员工总人数。	员工满意度调查
社会道德符合性	评估提供给顾客的服务是否符合社会道德指标，如公正规范、利他与亲社会、避免破坏性传播与从众、去除偏见等	$X_j=f(x)$ ， $X_{12}=\frac{\sum_{j=1}^n X_j}{n}$ 式中：X _j 为被调查人员j认为的此项服务的社会道德符合率。f(x)取值从1, 2, 3, 4, 5中取。f(x)=1, 很不符合，f(x)=2, 不符合，f(x)=3, 符合，f(x)=4, 比较符合，f(x)=5, 非常符合。 X ₁₂ 为社会道德整体符合率。n为参与调查的总人数。	调查访谈
社会贡献度	评估服务是否会对本地社区发展等造成有利影响	$X_{13}=A_{13}-B_{13}$ X ₁₃ 代表服务的社会贡献度。A ₁₃ 为服务体验改进后的本地就业率/本地税收/本地社区参与率等指标。B ₁₃ 为服务体验改进前的本地就业率/本地税收/本地社区参与率。	统计调查

6.4.1.1 资源环境保护

可从资源节约和环境保护两个角度来进行评估，见表9。

表9 资源环境保护评估指标和方法

指标	含义	具体指标	评估方法
----	----	------	------

资源节约	评估提供该项服务是否有利于日常能源资源的节约利用，或对生产要素的循环利用等产生积极影响	可分别计算能耗指标，如单位服务的水耗减少率、中水资源循环利用率、能耗减少率等的减少率，并与行业标准或同类服务进行比较。	数据分析、利益相关者访谈、用户调查反馈、专家咨询、竞对分析、现场考察等
环境保护	评估提供该服务是否有助于减少污染物排放，减少碳足迹，或推进绿色环保材料的使用等	可分别计算污染排放指标，如单位服务减少的废弃物数量、降低的碳足迹、环保材料使用率等的减少率，并与行业标准或同类服务进行比较。	数据分析、利益相关者访谈、用户调查反馈、专家咨询、竞对分析、现场考察等

7 评估实施程序

7.1 综述

用户体验评估一般经过确定评估目的和对象、确定参与评估的用户群、确定评估指标和评估方法、开展数据采集和分析、编写评估报告、推进评估结果应用七个步骤，具体见附录1。

7.2 确定评估对象和目的

7.2.1 用户体验评估的主要目的一般包括：

- 查找和改进用户体验问题；
- 评定用户需求及相关渠道部门的目标是否实现；
- 比较能达成相同目的的服务的用户体验水平；
- 查找组织服务管理中存在的问题，评估优质服务绩效，提升组织优质服务能力。

7.2.2 评估主体基于评估目的，确定具体评估对象。评估对象可以是整个服务系统或特定的服务环节、特定地域的服务等。

7.3 确定参与评估的用户群

宜根据服务的价值主张和目标消费群体，选择典型用户对服务的体验进行评估。在用户招募和选择的过程中，一般考虑以下方面：

- 用户年龄，可以是所有年龄段或按比例选择不同年龄段；
- 用户性别，男女不限或按比例选择不同性别的用户）；
- 用户职业；
- 服务使用经验，应有一定比例的少经验者、中等经验者和丰富经验者；
- 不同服务场景，如线上或线下的不同用户；
- 用户所在的地域。

7.4 确定评估指标和评估方法

评估组织基于评估目的，对照本文件第5部分和第6部分，确定评估模型，选择适用的评估指标和评估方法。宜根据评估对象的特殊性，对评估指标进行适当的延展。

7.5 开展数据采集和分析

7.5.1 评估人员利用本文件第 6 部分提供的方法客观、准确地采集数据。评估人员应向参与评估的用户详细介绍评估目的、评估流程等。

7.5.2 评估人员应对收集到的数据进行整理分析，形成问题清单、记录表等产出物。

7.5.3 评估可采用定性分析与定量分析相结合的方法，鼓励对定性分析结果进行量化，形成各指标的具体分值。

7.6 形成评估结果

7.6.1 仅从一个维度开展用户体验评估的，可直接根据数据采集和分析结果，形成评估结论。从多个维度对用户体验进行评估的，可根据评估目的、指标体系特征等选择合适的权重确定方法，综合确定各指标的选中，并利用加权平均法等方法确定最终评估分值。

7.6.2 可根据评估结果，将用户体验进行分级。

7.6.3 评估结果通过数字化评估系统自动生成，或通过评估报告的形式给出。评估报告可以是纸质报告也可以是电子报告。评估报告宜包括评估范围、评估对象、评估指标、评估方法、评估人员的选择、评估过程中遇到的问题、评估结果等。

7.6.4 评估报告形成后，宜组织专家评议会，邀请相关人员对报告进行评议，以确保评估报告的科学性和完整性。宜通过定量和定性方法分析评估结果的内在逻辑关系。

7.6.5 评估报告及附件产出物应反馈给相关方。

7.7 推进评估结果应用

7.7.1 组织要建立用户体验问题解决机制，根据评估报告对组织的管理水平进行持续改进，实现用户体验评估工作成果有效落地和高品质服务的持续输出。

7.7.2 组织可将评估结果应用于绩效考核中。

附录 A
(资料性)
服务有用性评估

A.1 综述

可从服务安全性、服务易获取性、服务稳定性三方面来评估服务的有用性。

A.2 服务安全性

A.2.1 人身安全

可采用人身安全可靠度来衡量服务系统对人身安全的保障程度。表A.1提供了一个参考公式。

表A.1 服务人身安全可靠度计算公式

指标	含义	具体公式	评估方法
服务的人身安全可靠度	衡量服务系统对人身安全的保障程度	$X_{A1}=1-A_{A1}/B_{A1}$ 式中：X _{A1} 为服务的人身安全可靠度。A _{A1} 为用户在服务过程中（或模拟服务过程中）发生人身安全事故的次数/人数，或未发生事故，但造成用户强烈不安心理或具有较大风险的服务关键点数量。B _{A1} 为总次数/人数，或所有的服务关键点。	专家评估、同类型比对分析、调查问卷、行为数据分析等

A.2.2 信息安全

信息安全应考虑消费者隐私保护。具体评估方法可参照GB/T 20984执行。

A.2.3 财产安全

可采用财产安全可靠度来衡量服务系统对财产安全的保障程度。表A.2提供了一个参考公式。

表A.2 服务安全性计算公式

指标	含义	具体公式	评估方法
服务的财产安全可靠度	衡量服务系统对财产安全的保障程度	$X_{A2}=1-A_{A2}/B_{A2}$ 式中：X _{A2} 为服务的财产安全可靠度。A _{A2} 为用户在服务过程中（或模拟服务过程中）发生财产安全事故的次数/人数，或未发生事故，但造成用户强烈不安心理或具有较大风险的服务关键点数量。B _{A2} 为总次数/人数，或所有的服务关键点。	专家评估、同类型比对分析、调查问卷、行为数据分析等

A.3 服务易获取性

可采用服务可达性、平均相应时间、服务获取便利度、服务效率等指标对服务易获取性进行测度。表A.3提供了可供参考的计算公式。

表A.3 服务易获取性参考公式

指标	含义	具体公式	评估方法
----	----	------	------

服务可达性	服务在特定时间内可以访问的程度	$X_{A3}=A_{A3}/B_{A3}$ 式中：X _{A3} 为服务可达性。A _{A3} 为服务正常运行并可获取的时间。 B _{A3} 为评估周期内的总时间。 示例：如果服务在一个月（30天）中有2天处于不可用状态，那么服务可达性为：服务可达性=28/30=93.33%。	数据分析、信息系统计算
平均响应时间	用户请求服务到服务响应的平均时间	$X_{A4}=\frac{\sum_{i=1}^n x_{ai}}{n}$ 式中：X _{A4} 为平均响应时间。x _{ai} 为用户 _i 的响应时间。 N为总人数。	数据分析、信息系统计算
服务获取便利度	衡量用户获取所需服务的便利性	$X_{A5}=A_{A5}/B_{A5}$ 式中：X _{A5} 为用户获取服务的便利度。A _{A5} 为在忍受区间内（如时间、步骤、距离）可获取到所需服务的人员数量。B _{A5} 为一定区域内需要该服务的人员总数。 示例：如15分钟内可获得养老服务的人群占总老年人群的比例。	数据分析、信息系统计算、调查问卷、行为数据分析等
服务效率	单位时间内成功获得服务的用户比例	$X_{A6}=A_{A6}/B_{A6}$ 式中：X _{A6} 为服务效率。A _{A6} 为成功获取所需服务的人员数量占总人数的比重。B _{A6} 为时间消耗。 示例：如通过15分钟时间，让90%的等待顾客都得到就餐服务等。	行为数据分析、调查问卷等。

A.4 服务稳定性

服务稳定性可通过衡量服务功能的稳定性、故障率等指标来实现。表A.4提供了参考公式。

表A.4 服务稳定性参考公式

指标	含义	具体公式	评估方法
服务功能稳定性	用户使用服务的稳定度	$s^2 = \frac{(M - x_1)^2 + (M - x_2)^2 + (M - x_3)^2 + \cdots + (M - x_n)^2}{n}$ 式中：S ² 为服务成功率的方差。x ₁ , x ₂ , x ₃ 为第1天（或次，下同），第2天,第3天测试的服务成功率。M为x ₁ , x ₂ , x ₃ 的平均数。N为总测试数量(次或天)。	系统测试、监控工具
服务故障率	指在特定时间段内服务系统发生故障的频率	$X_{A7}=A_{A7}/B_{A7}$ 式中：X _{A7} 为故障率。A _{A7} 在特定时间段内发生的故障总数。B _{A7} 为评估周期内系统的总运行时间。	监控工具和日志分析平台等
平均修复时间	系统从服务系统故障发生到完全修复的平均时间	$X_{A12}=A_{A12}/B_{A12}$ 式中：X _{A12} 为系统从故障发生到完全修复并恢复正常服务的平均时间。A _{A12} 为所有故障从发生到修复的时间总和。B _{A12} 为在评估周期内系统发生的故障总数。	系统监控和日志分析、服务台管理软件

附 录 B (资料性) 用户体验评估通用指标

B.1 净推荐值

净推荐值(NPS)主要通过向用户提问：“您是否会愿意将该服务推荐给您的朋友或者同事? ”,并根据愿意推荐的程度让用户在0—10之间来打分:

- 推荐者(得分在9—10之间): 具有狂热忠诚度的人,会继续购买并引荐给其他人;
- 被动者(得分在7—8之间): 总体满意但并不狂热,会考虑其他竞争对手的产品;
- 贬损者(得分在0—6之间): 使用并不满意或对公司没有忠诚度。

计算出推荐者所占比例,减去贬损者的比例,即可得到净推荐值(NPS)。计算公式见表B.1。

表 B.1 净推荐值计算公式

指标	含义	具体公式	评估方法
净推荐值	用户向其他人推荐某种服务可能性的指数	$X_{B1} = (A_{B1} - B_{A1}) * 100\%$ 式中: X_{B1} 为净推荐值(NPS)。 A_{B1} 为推荐者数/总样本数, B_{A1} 值为批评者数/总样本数。	行为数据采集 调研问卷。

可根据行业实际将净推荐值(NPS)转化为5分制。表B.2提供了一个分值转化参考表。

表 B.2 净推荐值分值转化参考表

五分制得分值	1	2	3	4	5
NPS值	<5%	5—15%	15—25%	25%—35%	>35%

B.2 重复选择率

重复选择率可通过两种方式来计算:

- 所有购买过服务的顾客,以每个人为独立单位计算重复选择服务的次数。
- 按交易计算,即重复选择交易次数与总交易次数的比值。

具体计算公式见表B.3。

表 B.3 重复选择率计算公式

指标	含义	具体公式	评估方法
重复选择率	用户重复选择服务的程度	$X_{B2} = A_{B2} / B_{B2}$ 式中: X_{B2} 为重复选择率。 A_{B2} 为重复选择的人数或交易额, B_{B2} 值为总选择人数或总交易额。	交易数据分析

附录 C
(资料性)
用户体验评估流程

用户体验评估流程图见图C.1。

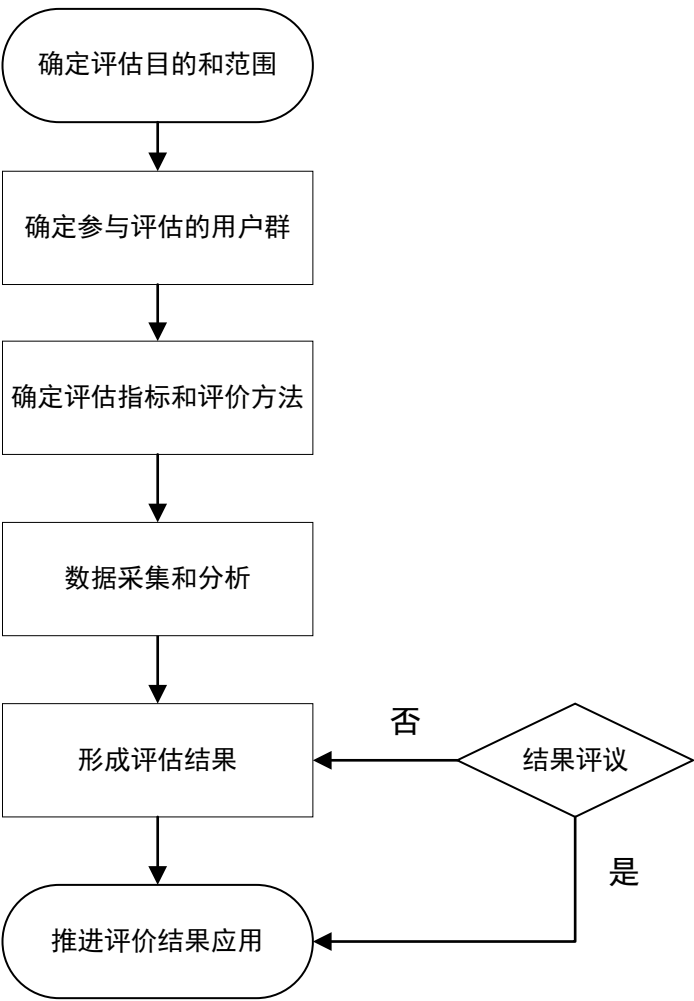


图 C.1 用户体验评估流程图

参 考 文 献

- [1] GB/T 20984 信息安全技术 信息安全风险评估方法
 - [2] ISO 9241-210:2019 Ergonomics of human-system interaction—Part 210: Human-centred design for interactive systems
 - [3] ISO 9241-110:2020 Ergonomics of human-system interaction — Part 110: Interaction principles
-

《优质服务 用户体验评估模型与方法》

国家标准

编制说明

标准起草工作组

二〇二四年九月

《优质服务 用户体验评估模型与方法》

国家标准编制说明

一、工作简况

（一）任务来源

本国家标准制定工作为《国家标准化管理委员会关于下达 2023 年第三批推荐性国家标准计划及相关标准外文版计划的通知》（国标委发〔2023〕58 号）的任务之一，项目计划编号“20230969-T-469”。本项任务由全国服务标准化技术委员会提出并归口。

（二）制定背景

据国家统计局数据，2023 年服务业增加值达到了 688238 亿元，比上年增长 5.8%，服务业增加值占 GDP 比重增至 54.6%。服务业已成为我国经济增长重要的稳定器。但同时也要看到，我国服务业整体发展水平不高，缺乏竞争力，也鲜有世界知名服务品牌。近年来，中央对服务质量提升和优质服务日益重视。

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》明确提出，要“推动生活性服务业向高品质和多样化升级”、“推进服务业标准化、品牌化建设”、“以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求”。《中共中央国务院关于开展质量提升行动的指导意见》（中发〔2017〕24 号）4 处提到优质服务，明确“到 2020 年，高附加值和优质服务供给比重进一步提升”、“推广实施优质服务承诺标识和管理制度”、“开展国家新型优质服务业集群建设试

点”、“鼓励政府部门向社会力量购买优质服务。”《中共中央国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》（中发〔2018〕32号）提出“推动建立优质服务标识管理制度，在重点服务业制定优质服务规范，推动建立服务质量自我评估和公开承诺制度”。《国家发展改革委市场监管总局关于新时代服务业高质量发展的指导意见》（发改产业〔2019〕1602号）提出，“实现服务付费可得、价格合理、优质安全，以高质量的服务供给催生创造新的服务需求”。2023年，中共中央、国务院印发的《质量强国建设纲要》将“增加优质服务供给”列为质量强国建设的重点任务之一，明确提出要“开展优质服务标准建设行动”

标准是经济活动和社会发展的技术支撑。相比服务业占国民经济的比重，我国服务业标准数量总体偏少。根据2020年9月11日国新办举办的“中国标准化改革发展成效有关情况发布会”提供的数据，目前国家标准中服务业和社会事业标准仅占15.1%，而工业标准则占到了73.5%。

优质服务标准的制定对推进优质服务十分重要。近年来，国家卫生健康委员会、交通部、商务部等相关部委以及民航、国家电网公司等多个部委和企业开展了提升服务质量，倡导优质服务的行动，并同步制定了一些内部规范。但这些规范基本都没有上升为标准，不利于相关经验的总结推广。

2017年，ISO/TC 312 优质服务标准化技术委员会（Excellence in service）正式成立，秘书国设在德国，积极探索以标准化助推优质服务。

目前，该技术委员会已发布 4 项国际标准，正在研制的国际标准也是 4 项。已发布的 4 项国际标准分别是 ISO 23592《优质服务 原则与模型》、ISO/TS 24082:2021《优质服务 设计高品质服务以实现极致顾客体验》和 ISO/TS 23686:2022《优质服务 测评优质服务绩效》以及 ISO/TR 7179《优质服务 实现优质服务的实践》。

本标准的研制主要具有以下三方面意义。

首先，开展本标准研制是贯彻落实中央系列文件精神的需要。如前所述，中央在多个文件中明确推进要推进优质服务相关工作。十九届五中全会又明确提出要推进“服务业标准化、品牌化”。在此背景下，本标准的研制是对中央文件精神的直接贯彻落实。

其次，开展本标准研制是社会经济发展的必然需要。我国已经进入高质量发展阶段。人民群众对品质生活、优质服务的需求不断提升。优质服务标准的制定与实施，可以减少消费不确定性，保障消费者权益。对企业而言，优质服务提供能力直接决定了它的竞争力和生命力，开展优质服务标准化工作有利于企业提升品牌影响力，提高经济和非经济效益。

最后，开展本标准研制有利于提高我国标准国际化水平，促进国际标准在我国的落地实施。如前所述，ISO/TC 312 已发布 4 项国际标准。其中，ISO 23592: 2021《优质服务 原则与模型》在“监测优质服务行为和结果”中，对如何开展顾客体验只提了一些概述性方法，如“可将顾客体验、顾客努力、顾客满意、打动顾客、顾客愉悦和顾客参与相关的分数和指标整合到顾客体验的绩效指标体系中”；“使用具

有明确意图和真实顾客行为的绩效指标，例如顾客推荐宣传（净推广量）、顾客保留或变动，钱包份额以及顾客终身价值等财务结果”。但对于具体怎么操作，采用哪个模型与方法缺乏明确规定。ISO/TS 24082《优质服务 设计高品质服务以实现极致顾客体验》面临同样的问题，在第 5.6 部分评估优质服务设计中，只提到“进行顾客体验测试，探索设计如何引发顾客情绪（例如使用 A/B 测试）”，“运用定性和定量数据分析顾客在 CRM 工具和社交媒体上的行为”，对于具体如何评估顾客体验缺乏明确规定。ISO/TS 23686:2022《优质服务 测评优质服务绩效》主要基于 ISO 23592 提出的四个模块的实施绩效进行测评，其中也有一个章节提到了测评用户体验，但在具体方法和模型方面缺乏详细论述。本标准的研制有助于推进国际先进经验和优质服务标准在我国的落地应用。

综上，本标准的研制，既是对中央文件精神直接贯彻落实，又有助于促进我国服务业高质量发展，推进已有优质服务标准的落地应用。标准研制工作具有重要理论意义和实践意义。

（三）起草过程

本标准的起草过程如下：

（1）2022 年 10-2023 年 11 月，中国标准化研究院成立了《优质服务 用户体验评估模型与方法》起草组，深入调研各领域用户体验测评模型、方法；研究优质服务背景下，适用于各服务业的用户体验评估模型与方法，形成国家标准草案，并开展申报工作。

（2）2023 年 12 月，国家标准化管理委员会下达标准立项计划。

(3) 2024 年 1-4 月，起草组召开标准启动会，针对标准内容进行了研讨。

(5) 2024 年 5 月 17 日，标准起草组组织召开了专家研讨会，就标准的核心内容及关键问题进行专家研讨。

(6) 2024 年 6-7 月，标准起草组对标准进行了修改，并赴南方电网、深圳机场等地开展了调研，了解不同行业用户体验测评的模型与方法。

(7) 2024 年 8 月 18 日，标准起草组在国际用户体验大会召开期间，组织 30 多位来自不同企业/行业的专家再一次召开了研讨会，对标准的核心内容及关键问题进行研讨。

(8) 2024 年 9 月，形成标准征求意见稿，并在全国家标准公共信息平台上公开征求意见。

二、国家标准编制原则、主要内容及其确定依据

1. 标准编制原则

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》的要求和规定编写本标准的内容，保证标准形式和内容的规范性。

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。

2. 标准主要内容及确定依据

本标准主要包括以下 7 方面内容以及 3 个附录。标准的确定主要依据行业实践。

1. 范围

本文件给出了在优质服务的框架下，用户体验评估的通用要求、评估原则、评估模型、评估指标和方法以及评估的程序。

本文件主要适用于各类型组织开展用户体验评估。

2. 规范性引用文件

标准给出了规范性引用文件。

3. 术语和定义

标准规范了用户、服务、利益相关者、服务设计等 15 个相关术语。

4. 概述

本部分给出了服务评估的通用要求和评估原则。其中评估原则包括目的性和适用性、以用户为中心、科学性和可操作性、纳入可持续性。

5. 评估模型

本部分给出了用户体验评估的四个层次，包括普通体验、高效的体验、超预期的体验、社会价值感体验等。其中优质服务的用户体验评估主要针对高效的体验、超预期的体验、社会价值感体验。

6. 评估指标与方法

标准强调评估组织要从评估目的出发，基于服务内容和服务对象，选择合适的评估指标和评估方法。常见的评估指标见表 1。优质服务的用户体验评估主要针对“高效性和包容性”、“愉悦性和个性化”和“可持续性”。为维持体系完整性，附录 A 提供了服务有用性

评估指标和方法。表 1 的确定是基于行业的通用实践。

表 1 用户体验评估常见指标

一级指标	常用指标	具体含义
有用性	服务安全性	服务系统在用户人身安全、信息安全、财产安全方面的保障程度
	服务易获取性	用户获得服务的难易程度、服务的易学性、服务流程和步骤的简单性
	服务稳定性	服务系统稳定运行，确保用户达成目标的程度
高效性和包容性	服务高效性	用户获取服务的便利程度和效率。
	服务包容性	服务能支持不同生理和认知能力的人使用
	服务容错性	服务系统预防用户犯错和纠正错误的程度
愉悦性和个性化	服务愉悦度	用户在服务过程中感受到惊喜、快乐等积极情绪的程度
	个性化体验	服务内容、方式和流程满足用户偏好和个人独特需求的程度
可持续性	社会责任	服务对社会发展、员工发展的负责任程度
	资源环境保护	服务对自然资源利用和环境保护的负责任程度

4. 用户体验评估实施程序

标准给出了用户体验评估的七个步骤，包括确定评估目的和范围、确定参与评估的用户群、确定评估指标和评估方法、开展数据采集和分析、形成评估结果、推进评估结果应用等。

三、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

（一）验证分析、综述和技术经济论证

本标准在研究过程中邀请了用户体验的专家以及民航、电力、铁路运输、供水供电、金融、咨询服务、商务服务、物业服务等各领域一线人员的参与，通过实地调研、参会研讨等方式对评估指标的科学性、合理性、可操作性等进行了反复的论证。研究成果具有较强的可操作性。

（二）预期效果

目前，国内没有任何一项通用性的用户体验评估标准。本标准的

发布实施将为我国服务体验评估提供强有力的标准化技术支撑，帮助我国企业推进用户体验评估的定量化和科学化，进而增加优质服务供给。同时，标准的研制和发布实施将与已有的优质服务系列国家标准形成闭环，起到互相促进和推进落地的作用。标准的实施将具有重要的经济效益和社会效益。

四、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

2017 年，ISO 成立 TC 312 Excellence in service（优质服务标准化技术委员会）。该技术委员会的主要研究范围是优质服务领域内的标准化。目前，该领域有 4 项国际标准，ISO 23592 Service Excellence — Principles and model（优质服务 原则与模型）是该 TC 的核心标准和母标准。ISO/TS 24082 Design of excellent services and outstanding customer experiences（优质服务 设计高品质服务以实现极致顾客体验）主要围绕 ISO 23592 的 7.3 章节进行详细论述。ISO/TS 23686:2022 Service excellence — Measuring service excellence performance（优质服务 测评优质服务绩效）主要是基于 ISO 23592 提出的四个模块的实施绩效进行测评，其中也有一个章节提到了测评用户体验，但在具体方法和模型方面缺乏详细论述。ISO/TR 7179 主要是优质服务案例标准，基本不涉及用户体验评估。

综合看，我国现有服务类标准涉及批发和零售业、住宿和餐饮业、交通运输业、邮政业、信息传输和计算机服务及软件业、文化体育和娱乐业、金融业等领域，但其内容主要聚焦于基本服务。名称中包含

优质服务标准只有以下 6 项，其中 1 和 2 是 ISO/TC 312 已发布的优质服务国际标准的采标标准，其他的优质服务标准都是具体针对某个具体领域的。

1.GB/T 42185-2022 《优质服务 原则与模型》

2. GB/Z 43427-2023 《优质服务 设计高品质服务以实现极致顾客体验》

3. GB/T 36313-2018 电子商务供应商评估准则 优质服务商

4. DB3301/T 0301-2019 景区优质服务规范

5. DB3301/T 0302-2019 饭店优质服务规范

6. DB3301/T 0303-2019 旅行社优质服务规范

在用户体验方面，目前没有国家标准和地方标准，有 5 项行业标准：

YD/T 3776-2020 宽带视频服务用户体验评估 需求和场景、

YD/T 3777-2020 宽带视频服务用户体验评估 系统架构

YD/T 3778-2020 宽带视频服务用户体验评估 直播算法和参数

YD/T 2892-2015 宽带速率测试方法 移动用户上网体验

YD/T 3779-2020 宽带视频服务用户体验评估 点播算法和参数

由上可见，已有用户体验测评标准主要针对宽带视频和信息交互，没有围绕优质服务的用户体验测评标准。

五、以国际标准为基础的起草情况，以及是否合规引用或者采用国际国外标准，并说明未采用国际标准的原因

本标准作为国内独立标准，非采标标准。但本标准将 ISO 23592：

2021《优质服务 原则与模型》以及 ISO/TS 24082《优质服务 设计 高品质服务以实现极致客户体验》的国内采标标准作为了规范性引用文件，以更好发挥优质服务已有标准的作用，形成整体配套。

六、与有关法律、行政法规及相关标准的关系

本标准与《中华人民共和国标准化法》、《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规保持协调一致。

本标准在研制过程中，在整体结构方面，注意与 ISO/TC312 发布的其他优质服务标准协调一致。

七、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准在制定过程中未出现重大分歧意见。

八、涉及专利的有关说明

本标准不涉及专利。

九、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

本文件建议作为推荐性标准发布实施。建议本文件与优质服务领域的其他系列标准配套使用。本文件不涉及对现行标准的废止。

在标准归口技术委员会全国服务标准化技术委员会的组织协调下，以标准起草组成员为主，成立标准宣贯小组。组织撰写标准宣贯材料，开展标准宣贯培训，争取标准颁布实施后进行全面推广。

十、其他应当说明的事项

无。

标准起草组

二〇二四年九月