

2009 年中国疾病预防控制中心网站用户体验测试研究^{*}

张 群 侯 琳 陈 强 万 明 朱丹燕 苏雪梅

(中国疾病预防控制中心公共卫生监测与信息服务中心 北京 102206)

〔摘要〕 通过模拟测试法、问卷调查法和访谈法获取 3 类主要用户对中国疾控中心网站使用的体验评价,从最初印象、任务完成情况、后期反馈几方面对结果进行分析,明确网站存在的问题并提出改进策略,包括加强推广、美化页面、加强网站规划、提升易用性、加强互动等,从而提升网站服务水平和效果。

〔关键词〕 网站评估;中国疾病预防控制中心;用户体验测试

User Experience Testing Research on Chinese Center for Disease Control and Prevention Website in 2009 ZHANG Qun, HOU Lin, CHEN Qiang, WAN Ming, ZHU Dan-yan, SU Xue-mei, National Center for Public Health Surveillance and Information Service, Chinese Center for Disease Control and Prevention, Beijing 102206, China

〔Abstract〕 Through simulation testing, questionnaire and interviewing, the paper evaluates the user experience of three major types to Chinese Center for Disease Control and Prevention website. It analyzes the results from the first impression, mission execution situation and post feedback, clarifies the existing problems of the website and proposes strategies for improving the website, including strengthening popularization, beautifying the homepage, reinforcing website planning, promoting usability and interaction and so on, so as to improve service level and effects of the website.

〔Keywords〕 Website evaluation; Chinese Center for Disease Control and Prevention; User experience testing

随着互联网的飞速发展和广泛应用,技术创新形态和理念正在发生转变,用户体验逐渐在互联网产品设计和研发中占据主流地位,被称作创新 2.0 模式的精髓,也是网站进化和优化服务的重要趋势^[1-3]。用户体验是在用户使用一个产品(服务)的过程中建立起来的一种纯主观的心理感受。对网站进行用户体验测试,不仅可以有效认识用户的真实期望和目的,还能发现网站可能存在的问题,从

而有针对性地对网站进行改进,从而使网站发挥其最大绩效^[4]。

1 研究目标

通过提炼网站问题与不足明确网站改进方向。数据主要从以下几个方面获取即用户的主观感受:依据参与者对网站的最初印象和对于网站操作后的感受,分析出网站与用户需求的差距,找出网站优、缺点;网站易用性:依据参与者对具体任务的操作过程及完成情况,分析网站在易用性方面存在的问题;网站内容:依据参与者对网站的认识,明确网站在内容建设方面的优点与不足。

〔修回日期〕 2009-12-22

〔作者简介〕 张群,博士研究生,编辑,发表论文 7 篇。

〔基金项目〕 中美新发和再发传染病合作项目子项目 4 “卫生应急沟通与知识信息库建设项目”。

2 研究方法

2.1 模拟测试

根据前期用户分析和任务分析，制定测试方案，设定模拟场景或任务，请参与者来完成既定任务。在此过程中搜集数据，后期整理、分析，并提出优化和完善的可行性意见与建议。

2.2 问卷调查

以问卷形式获取参与者的基本信息、对疾控行业关注的程度、网络使用情况等信息。并针对网站具体情况采集参与者对网站的想法、意见、建议等信息。

2.3 访谈法

通过与参与者面对面交谈来搜集信息资料，获取参与者对网络使用行为、网站认知度等信息内容。

3 项目实施过程

时间为 2009 年 3~6 月份，见图 1。

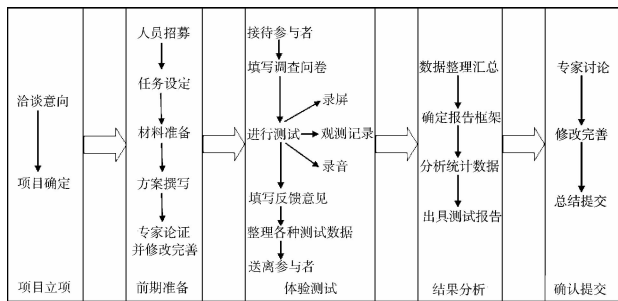


图 1 项目实施过程

4 测试说明及结果分析

4.1 受试者概况

通过向社会发布招募通告招募测试参与者，选取了中国疾控中心网站的 3 类主要用户对象（即公众、医疗卫生工作者、疾控专业人员），最终从 104 位报名者中选取了 15 位参与者（每类人群 5 名）。男性 8 人，女性 7 人。22~28 周岁 10 人，29~36 周岁 4 人，37~45 周岁 1 人。

4.2 网络使用率

本次测试的参与者有 93% 每天浏览互联网，所有参与者中通过网络了解卫生健康信息所占比例为 46%，大大高于其他渠道（电视、广播、报纸、期刊）所占比例，接近于其他渠道所占比例之和。另外，经常获取疾病流行情况和控制预防信息的比例均高达 73%。

4.3 对网站最初印象

(1) 对首页最初印象

用户体验参与者对中国疾控中心网站的最初印象，见表 1。

(2) 对网站认知情况

网站的打开方式：本次测试中 10 名参与者通过百度检索打开中国疾控中心网站，其余 5 名参与者通过输入网址打开中国疾控中心网站，其中有两名疾控专业人员和 1 名医学工作人员直接输入疾控中心网址（www.chinacdc.cn）进入网站，表明其对网站比较熟悉。而另两名参与者则按测试场地中易拉宝广告牌中的介绍输入网址进入网站。

表 1 用户体验参与者对中国疾控中心网站最初印象统计

选项	均分	被选最分数	被选数（次）	百分比（%）
美观大方，不够美观（5 4 3 2 1）	3.67	4	9	60
配色合理，配色不佳（5 4 3 2 1）	4	4	9	60
干净简洁，凌乱繁琐（5 4 3 2 1）	4.47	5	9	60
设计新颖，缺乏设计（5 4 3 2 1）	2.73	3	10	67
重点突出，重点模糊（5 4 3 2 1）	3.33	3	7	47
内容充实，不够丰富（5 4 3 2 1）	3.86	4	7	47
及时有效，内容陈旧（5 4 3 2 1）	4	5	6	40

吸引用户的网站内容：通过参与者对网站首页印象的描述，发现首页热点关注、健康知识热点问答、通知公告、学术期刊、国外最新科研动态等栏目对参与者有一定的吸引力。

测试中体现的网站特色：“通知公告”以滚动新闻的形式呈现，公告类信息更新比较快，涉及面广；“学术期刊”提供了查询服务，并详细罗列了期刊主办信息、联系编辑部、订购信息、获奖情况和数据库收录情况，期刊信息更加明确。

4.4 任务完成情况

(1) 15 项测试任务

①请您了解一下疾控中心内部机构组成情况，看能否找到相应机构的介绍和联系信息。②请您在疾控中心网站中根据当前甲型 H1N1 流感疫情变化图了解一下疫情演变情况。③您从哪里可以获取到卫生部公布的“2009 年 3 月份全国传染病疫情报告”信息？④您从哪里可以了解到乙肝的防治指南？⑤针对最近流行的猪流感传染病，请您了解一下人感染猪流感后有什么症状和表现。⑥您从哪里可以了解到突发公共卫生事件中“抗旱救灾防病预案”信息？⑦您从哪里可以了解到近期媒体报道的在国内发生的突发公共卫生事件动态？⑧如果您要去欧洲旅游，那您将从哪里了解欧洲国家的疾病流行特点？⑨您从哪里可以了解到影响青少年心脏健康的几大要素？⑩您从哪里可以了解到美沙酮对吸毒者维持治疗的意义？⑪假如您是某化妆品生产企业的工作人员，现要对化妆品的卫生安全性进行检验，请您了解一下检验相关的信息，并下载一份检测所需的《卫生部健康产品检测申请表》？⑫如果您家有一个不到 1 周岁的儿童，您如何在疾控中心网站上对 1 周岁以下儿童预防接种进行咨询，请操作一遍。⑬在某次疫苗接种过程中，医生告诉您本次接种疫苗为第一类疫苗，是政府规定的应接种疫苗。请您了解一下，针对此次接种您应不应该交付疫苗接种费。⑭去年的三鹿奶粉事件让许多人了解到了奶粉中的三聚氰胺的危害，假如您家现有婴儿每天食用婴幼儿奶粉，请您了解一下奶粉中三聚氰胺限量值应该为多少？⑮我国针对儿童的麻疹疫苗

免疫程序为接种两针次麻疹成分疫苗，假如您家现有刚出生不久的婴儿，请了解一下应该在什么时候为其进行第一次接种？

(2) 任务操作成功率分析

按题号分析：具体任务成功完成情况，见图 2。

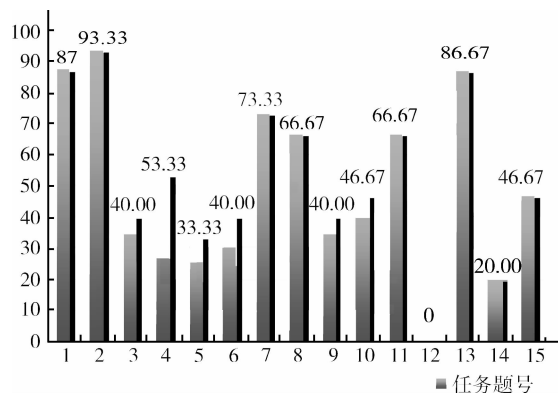


图 2 各项测试任务完成比例 (%)

按人群分析：15 名参与者总体完成测试任务的成功率为 52.89%。普通公众完成测试任务的成功率最低 (40%)，成功率最高为医疗卫生行业人员，其成功率为 65.33%，疾控专业人员完成测试任务的成功率为 52%。由此可看出，从普通公众角度来看，网站在设计、信息构建等方面可能还存在一些问题。疾控中心网站应在今后的建设中深入研究普通公众的网站使用习惯和认知水平。

(3) 对结果的定性分析

在 15 项测试任务中，其完成比率差距较大。而产生这种较大差距有着多方面因素的影响。以下仅以任务④加以说明。此项任务共有 8 名参与者最终完成，其中普通公众只有 1 名，因网站乙肝信息隐藏较深，且栏目名称过于专业，所以有近一半参与者未能找出具体信息介绍页面。从参与者首次点击情况来看，多数参与者初选在“健康知识问答”栏目中查找信息，而只有 4 名参与者选择正确的“传染病”主题。在其余 5 名参与者中，有 3 名选择在“慢性非传染性疾病和伤害”主题下查找信息。由此可见，针对乙肝信息，诸多用户不太理解其内容应在哪个栏目之下。故对此类信息的设置，应更加直观地呈现给用户。

4.5 后期反馈

(1) 对网站认知程度的分析

从评选的 6 项选项中可看出, 选择较高分的参与者人数不多, 整体平均分较低; 尤其对检索功能的评分上, 有 6 人选择了 1 分, 说明网站在整体易用性方面还需进一步提升, 应完善网站检索功能, 加大网站导航功能建设力度。

(2) 参与者认知与建议分析

参与者反应疾控中心网站基本能够符合用户的使用习惯, 关注度最高的为健康主题。其中疾控组比公众组和卫生组更为关注专业期刊、专业文献, 偏向于网站的专业化服务; 而公众组则普遍关注疾病流行、控制和健康知识方面的信息; 卫生组提出网站可以增加动画效果, 更为直观; 普遍关注健康主题和热点关注。

用户普遍不喜欢首页的“信息资源”栏目和“专家咨询”渠道。其中, “专家咨询”渠道功能不可用, 而“信息资源”栏目则反映出信息多而乱, 信息分类不合理等问题。网站的检索功能也亟需改善, 首页提供的“行业检索”与“站内检索”功能均不可用, 而在二级页面中所提供的“相关检索”因为位置不够突出而常常被用户忽视。

5 结论

5.1 最初印象

(1) 页面色彩

采用蓝色与白色搭配, 配色合理, 能够在一定程度上体现中国疾控中心的职能与特色。

(2) 板块布局

首页板块布局较合理, 另有参与者认为“公众互动”无必要在首页首屏位置呈现, 可与“新闻中心”互换位置, 突出网站作为一个专业信息发布平台的特色, 并且“新闻中心”中“中心动态、领导讲话”等可以置于发布的新闻上面, 引导网站浏览者进入相应栏目。

(3) 重点内容

首页重点内容突出, 位置醒目, 但栏目名称的

设置还需进一步完善, 另外需加强栏目间的关联性, 功能、名称或内容相似的栏目可以按照“就近”原则设置, 用户在浏览网站时能够在各栏目间自然过渡。首页整体无立体感, 各栏目标题与栏目内容区分度较低。

5.2 易用性与可用性

可用性良好, 用户能够获取健康常识和流行疫情的最新动态等, 但易用性还需进一步提升。网站设有检索功能, 但目前尚未实现。

5.3 网站导航

中国疾控中心网站导航系统较完善, 设有网站地图、站外导航和栏目导航, 对于首先登录网站的用户快速获取相关信息与服务、明白所处网站具体位置和访问行业内和其他单位网站提供了便捷, 但正文页面未设置栏目导航, 如今大多数情况下, 用户通过搜索引擎打开网站的某个页面, 在浏览完内容后, 想继续查看相似信息、获悉所处网站具体位置和浏览网站其他栏目是很困难的。如果用户的需求在一定时间无法得到满足, 会离开网站, 访问其他网站, 降低了网站的实际使用效果^[5-7]。

5.4 不同人群需求分析

普通公众的关注点侧重于健康常识和疫情动态; 医疗卫生行业人员更加关注网站表现形式; 疾控专业人员关注专业文献和指导。目前中国疾控中心网站未能充分满足不同用户群体的实际需求。应兼顾各用户群体的不同需求, 提供差异化、有特色的服务。中国疾控中心网站可提供分类向导服务, 在首页为不同人群提供相应服务入口, 加大各子栏目建设力度, 为不同用户群体提供优质的服务。

6 建议

6.1 加强自身推广, 提升网站知名度

应加强对网站的宣传和推广, 通过多种线上线下形式, 提高网站的知名度和点击率, 提升公众对网站的认可度、美誉度和依赖度。网站的推广方式

很多, 针对疾控中心网站的特点, 应采用专家博客、交换链接、搜索引擎、网摘、信息定制、用户体验模拟测试等多种推广方式。

6.2 美化页面呈现效果, 合理利用首页资源

进一步优化页面呈现效果, 使其更加美观大方; 热点信息多采用动感效果呈现信息, 并以多形式呈现方式使信息表现更加直观、生动; 同时应按其信息主次程度对首页资源进行合理布局, 充分利用首页资源呈现站内实用信息, 使首页呈现更加科学、合理。通过可选的色彩搭配、更加合理的页面布局与排版、流畅的视觉流程、丰富的表现形式、更多的页面交互等多种方式提高网站的呈现力。

6.3 提升网站的人性化程度, 增强可用性

加强对网站各功能、使用说明等辅助功能及内容的完善, 处处体现网站人性化设计, 使用户浏览网站更加便捷、易用。从用户的角度出发设计网站, 提供提示语与使用帮助, 完善网站的辅助功能, 提升网站人性化与易用性。

6.4 加强网站规划设计, 科学架构站内资源

若丰富的信息得不到有效的呈现, 其效果将会大打折扣。本站信息虽实用, 但在信息架构上存在问题。建议本站加强信息架构的合理性、规范性以及分类的科学性, 如同类信息在与其相关的不同栏目下做网状链接, 实现信息的多角度获取。

6.5 梳理网站资源, 界定服务人群

不同的群体对于专业信息的认识程度不同, 需求也有所区分, 在执行任务的过程中, 任务的完成方法和成功率在某些问题上也有所不同, 所以建议网站能够按照不同的用户群体设置栏目、功能, 提供相应的信息, 使网站更加实用。

6.6 强化网站互动功能, 提升可信度

加强对网站互动功能的建设、维护, 建立网上互动交流服务机制, 及时受理、处理公众提出的各种问题, 并用制度实现规范管理, 组织相关专家处理公众咨询, 从根本上提升网站的互动能力, 提升网站的可信度。

6.7 继续开展用户体验测试, 逐步完善各功能

用户体验测试是从用户角度发现网站存在问题, 并进行针对性提升的一种有效方式。但用户体验测试并不能完善网站存在的所有问题, 需要阶段性逐步提升。建议网站在今后的建设维护中继续开展用户体验测试, 逐步对网站进行针对性完善。

网站互动交流水平的高低, 影响着用户对网站的信赖程度, 通过此类调研使网站了解使用者的切实需求, 使管理者在网站建设过程中目标更明确, 能更好地发挥疾控中心网站应有的作用。

(致谢: 特别感谢北京国脉互联信息顾问有限公司的技术支持及许培扬、李海燕、王桂英等专家的指导。)

参考文献

- 1 欧阳波, 贺赞. 用户研究和用户体验设计 [J]. 江苏大学学报 (自然科学版), 2006, 27 (5A): 55-57.
- 2 刘增, 陈炳发. 以用户为中心的网站可用性设计和评估 [J]. 中国制造业信息化, 2009, 38 (5): 63-66.
- 3 胡昌平, 邓胜利. 基于用户体验的网站信息构建要素与模型分析 [J]. 情报科学, 2006, 24 (3): 321-325.
- 4 郭丹, 刘正捷, 张海昕. 电子商务网站的用户体验研究 [C]. 第3届全国人机交互学术会议, 2007: 391-400.
- 5 国务院办公厅关于加强政府网站建设和管理工作的意见 [EB/OL]. [2009-10-20]. http://www.gov.cn/gongbao/content/2007/content_521577.htm.
- 6 中华人民共和国政府信息公开条例 [EB/OL]. [2009-10-20]. http://www.gov.cn/zwgk/2007-04/24/content_592937.htm.
- 7 工业和信息化部. 政府网站发展评估核心指标体系 (试行) [EB/OL]. [2009-10-20]. <http://www.cegov.cn/2009/0603/2045.html>.