數位發展部

114 年度政府網站易用性測試建議報告

OOO-OOOOO 資訊平台 OO 產品查詢

執行單位：中華民國資訊軟體服務商業同業公會

中華民國 115 年 9 月

修訂歷史

版本	制/修訂人員	變更內容摘要	提供日期
1.0	TISSA	初版制訂	115.8
2.0	TISSA	依審查意見修訂	115.9

目錄

一、 緣起.....1
二、 目的.....2
三、 測試方法.....2
四、 測試需求.....3
五、 測試服務流程.....4
六、 測試成員背景.....5
七、 測試結果分析.....6
八、 建議方案.....14
九、 結語.....17

表目錄

表 1：測試成員相關背景 5
表 2：關鍵步驟遇到的困難及使用行為 6
表 3：測試成員操作服務時間與問題個數 8
表 4：網站使用者體驗量表 8
表 5：網站服務優化順序 16

圖目錄

圖 1：「OOO-OOOOOOO 產品查詢」服務流程關鍵步驟 4
圖 2：查詢頁上方有大塊的裝飾圖 11
圖 3：搜尋框整組都在畫面的左下角容易被忽略的區塊 12
圖 4：查詢條件集中於左側，需向下滾動方能完整瀏覽 13
圖 5：同時輸入品牌與型號的搜尋結果 14
圖 6：固定搜尋列版面示意圖 15
圖 7：進階搜尋欄位編排示意圖 16

一、緣起

資訊科技應用蓬勃發展，民眾的日常生活與網路的連結越來越密切，政府網站設計良窳影響民眾對機關服務的觀感與評價，其中網站易用性測試（Usability Test）扮演至關重要的角色。依據國際 ISO 9241 的定義，易用性為服務的使用者在特定情境中為達特定目標，其所需具備之有效性（Effectiveness）、效率（Efficiency）與滿意度（Satisfaction）。易用性大師 Jakob Nielsen 曾撰寫系統易用性基本框架[1]，其中指出易用性係代表系統服務功能提供輕易與愉快的使用程度，且包含易學（Learnability）、易記（Memorability）、避免錯誤（Errors）、效率（Efficiency）及滿意度（Satisfaction）等元素。簡言之，使用者在使用機關的服務時，是否能獲得滿足的目標，使用情境與系統框架是否具易學、易記、避免錯誤與效率，即為易用性。因此，易用性測試即是測試上述五個面向之內容，檢視服務對於使用者的表現。

為推廣政府網站易用性之設計理念，降低機關網站導入使用者測試門檻，數位發展部政府網站易用性測試服務，114 年度以民眾經常造訪、申辦網站為推動標的，範圍涵蓋中央與地方政府網站，期透過網路公開招募民眾參與易用性測試，協助機關取得實際使用者之操作回饋，降低機關網站導入使用者測試門檻，以有效提升機關網站服務品質。同時，為普及推廣政府網站易用性之設計理念，本測試成果報告置於政府網站交流平臺分享予各機關參考。

[1] 資料來源：Jakob Nielsen，系統易用性基本框架，https://reurl.cc/O0zKpX。

二、目的

機關經由政府網站易用性測試服務，瞭解使用者對網站服務的認知理解、情緒感受及阻礙問題，並可參考設計專家建議，研擬網站精進之方向，從而提升網站服務易用性與親和性，建構以民為本的政府網站服務環境。

三、測試方法

依據「政府網站服務管理規範」附錄一：使用者中心設計建議。易用性測試為執行步驟的關鍵任務之一，經常用來作為檢驗網站設計是否具有良好的使用者體驗，目的是檢視既有的網站與服務，其使用者在操作的過程上碰到什麼問題與阻礙。測試步驟如下：

(一)說明測試目的與注意事項：讓測試者瞭解測試目的為協助機關提升網站易用性，並提醒測試者測試前不須過度準備與檢視網站任務，同時測試過程需須透過側錄軟體進行側錄。

(二)執行任務：本測試採用放聲思考法作為評核方法，完成指派之任務。放聲思考法為引導使用者在每一個互動過程中，將其內心的想法用語言表達，幫助設計專家掌握使用者心理。

(三)填寫測試結果紀錄表：請測試者寫下每個步驟操作當下的狀況。

(四)填寫網站使用者體驗量表：請測試者填寫網站使用者體驗量表，測量使用者使用服務的感受程度。

(五)分析並提供建議：設計專家進行評估，依測試結果剖析流程可改善之方法。

(六)彙整測試結果：進行彙整建議草案並提供受測單位確認。

四、測試需求

(一)基本資料

1.申請單位：OOO。

2.申請時間：115 年 4 月 10 日。

3.網站名稱：OOOOOOOO 資訊平台。

(二)測試標的

1.服務名稱：OO 產品查詢。

2.服務目的：政府單位及企業可查詢到 OO 產品，廠商可揭露自身 OO 產品。

3.該服務之目標族群：政府機關與企業業務承辦人。

4.測試目的：讓使用者能夠更輕易查詢到所需資訊。

5.預計完成操作時間：3 分鐘

6.預期服務產出：顯示所查詢的產品資訊，或如無相關資料顯示查無符合條件的結果。

(三)測試情境與任務

1.情境：我是政府單位員工，要幫機關採購 1 台電冰箱，按規定一定要具備「OO 標章」才符合採購標準。因此，我先在網站上挑好夏普 SJ-NP48C-SL、聲寶 SR-C21D、東元 R6171VXHK、國際牌（松下電器）NR-C384HV 等四台電冰箱。接下來要查詢這四台電冰箱有無 OO 標章認證、且標章是否還在效期內，再提供符合採購標準的冰箱給長官作選擇。

2.任務：請至「OOOOO」平台的 OO 產品頁面，查詢（1）四台電冰箱，

有無 OO 標章認證及認證效期。(2) 確認最終可提交給長官選擇的冰箱款式，填寫於紀錄表上。(3) 下載證明 (PDF 檔)，作為給長官的依據。

五、測試服務流程

目前服務流程需操作 4 個關鍵步驟，如下圖 1。

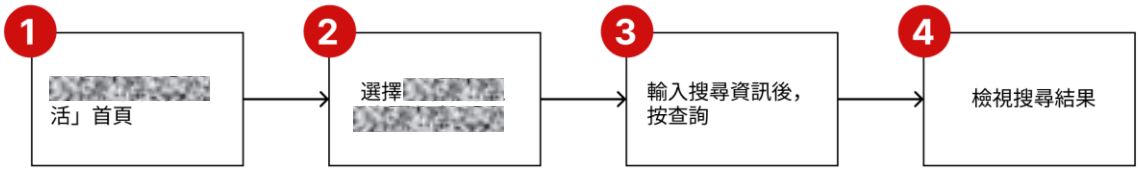


圖1：「OOO-OOOOOOO 產品查詢」服務流程關鍵步驟

六、測試成員背景

測試成員篩選條件為成年民眾，職業背景以行政總務、採購、產品管理人員為優先，視為網站潛在目標受眾對象。本案由 5 位一般民眾與 1 位設計專家（如表 1）進行機關網站易用性測試。

表1：測試成員相關背景

測試成員	性別	年齡	居住地	職業	使用電腦時間長度
測試者 1	女性	33 歲	臺北市	產品管理人員	10 小時以上/天
測試者 2	女性	29 歲	新北市	人力資源人員	10 小時以上/天
測試者 3	男性	42 歲	臺中市	行政人員	10 小時以上/天
測試者 4	女性	54 歲	臺中市	行政人員	10 小時以上/天
測試者 5	女性	45 歲	臺中市	行政人員	10 小時以上/天
設計專家	男性	42 歲	基隆市	設計人員	10 小時以上/天

七、測試結果分析

(一)測試紀錄彙整

1.關鍵步驟遇到的困難及使用行為，彙整如下表 2。

表2：關鍵步驟遇到的困難及使用行為

關鍵步驟		遇到的困難	順利的原因	須注意的狀況
1	進入「OOOOO」首頁。	無。	所有的受測者皆有順利在 google 搜尋找到 OOOOO。	無。
2-1	選擇「OOOOO-OO 產品」。	受測者 1：在首頁未找到該項目，故回到 google 搜尋，透過 google 搜尋的列表清單查找。	受測者 2：看到導航列「綠生活選擇」下方有「OO 產品」便直接點選，便順利進入查找的頁面。	無。
2-2	選擇「OOOOO-OO 標章」。	受測者 3：雖然有逐一瀏覽網頁的導航列，但因為認為是要查詢「標章效期」，便點擊選擇「OO 標章」，進到該頁面後選擇的連結，但不是對的路徑。	受測者 3、4、5，瀏覽導航列選擇「標章及採購」裡的「OO 標章」。進到 OO 標章頁後，受測者 4、5，點擊產品類別-「冰箱」，亦能進到搜尋頁面。	無。
3	輸入搜尋資訊後，按查詢。	受測者 2、4，輸入型號的過程中，畫面會一直上下滑動，造成輸入的不便。	受測者 1、2、3、4、5，透過輸入型號，都順利查找到資料。	受測者4，會填寫所有可填寫的篩選條件。

關鍵步驟		遇到的困難	順利的原因	須注意的狀況
		受測者3、5，一開始選擇「關鍵字查詢」同時輸入品牌、型號，但查詢結果為空值。需單純在型號的欄位，輸入型號才能找到關聯產品。		
4	檢視搜尋結果。	受測者2、3，一開始因為預設篩選條件為「有效」，所以一直找不到其中一台。後來透過把標章效期的各個狀態都打開，才順利確認所有的品項。	受測者1、2、3、4，在網站上及下載PDF後，都能看到查詢結果。	受測者3、4，輸入第四台的型號，都找不到機器。但該機種是合格標章且在期限內。 受測者3、5，為了第四台機型有再透過其他方式查詢，有找到該機種。若沒有研究精神，可能就會漏找這個機種。 受測者1、2、5，未查到機器，會認定沒有符合OO標章的規定。

2.測試者操作此服務時間較機關單位預期多 5.6 分鐘，完成平均時間：約 8 分 36 秒。測試成員操作服務時間與問題個數如表 3。

表3：測試成員操作服務時間與問題個數

測試成員	測試完成時間	無法自行解決之問題個數	可透過其他方式獲得所須資訊之問題個數
測試者 1	4 分	0	1
測試者 2	8 分	0	11
測試者 3	15 分	4	1
測試者 4	10 分	0	5
測試者 5	6 分	3	0
設計專家	3 分	0	1

3.透過網站使用者體驗量表瞭解使用者的認同程度，本服務各構面可靠性均值 3.55、回應性均值 3.25、保證性均值 3.55、體貼性均值 3.6、易用性均值 3.68、資訊品質均值 4.45，如表 4。

使用者的感受來自於使用網站的總體印象，此測量為一般民眾使用網站服務後施行，對每個題目進行 1－5 點評分，各問項評分參考李克特五點尺度，衡量政府機關網站之使用者體驗績效，1 為「非常不同意」，2 為「不同意」，3 為「普通」，4 為「同意」，5 為「非常同意」。3.5 分介於「普通」與「同意」之中間，故以此作為及格分數。

表4：網站使用者體驗量表

評量構面	序	項目	測試者 1 評分	測試者 2 評分	測試者 3 評分	測試者 4 評分	測試者 5 評分
可靠性	1	此政府網站向民眾承諾在某一時間內完成某些事時，他們會做到（訊息發布、線上申請的項目在	3	3	5	4	5

評量構面	序	項目	測試者1評分	測試者2評分	測試者3評分	測試者4評分	測試者5評分
		預定時間內完成等）					
	2	我操作此政府網站遇到問題時，網站能協助我解決問題（提供Q&A、線上客服及操作提示等）	4	2	5	2	3
	3	此政府網站能提供正確的導引	3	1	5	5	5
	4	此政府網站會正確紀錄我申請的服務資訊	3	1	3	4	5
		各測試者均值	3.25	1.75	4.5	3.75	4.5
		構面均值	3.55				
回應性	5	此政府網站可以明確告知民眾申辦服務須要的作業的時間	3	2	3	3	4
	6	此政府網站可以提供立即的回應（提供查詢功能、線上即時客服等）	4	3	5	3	5
	7	此政府網站的線上或臨櫃客服人員總是願意協助民眾	3	3	5	3	1
	8	此政府網站的線上或臨櫃客服人員不會忙到無法提供服務	3	3	5	3	1
		各測試者均值	3.25	2.75	4.5	3	2.75
		構面均值	3.25				
保證性	9	此政府網站值得信賴的	5	2	5	5	5
	10	我在此政府網站線上或臨櫃，申辦或操作時覺得安全	4	4	5	5	1
	11	此政府網站的線上或臨櫃客服人員的回覆是有禮貌的	3	3	5	3	1
	12	此政府網站的線上或臨櫃客服人員具備足夠的知識，回答民眾的問題	3	3	5	3	1
		各測試者均值	3.75	3	5	4	2
		構面均值	3.55				
體貼性	13	此政府網站會針對民眾條件提供個別的服務（提供老人津貼、勞保明細表，或提供查詢交通路線/	3	3	5	5	4

評量構面	序	項目	測試者1評分	測試者2評分	測試者3評分	測試者4評分	測試者5評分
		時段等申辦服務）					
	14	承上題，此政府網站提供的資訊或線上服務已瞭解民眾的需求，並優先考慮民眾的利益	4	2	5	3	5
	15	承上題，此政府網站會給予民眾各別的關懷	3	2	1	1	4
	16	此政府網站提供民眾方便使用網站的時間	5	2	5	5	5
		各測試者均值	3.75	2.25	4	3.5	4.5
		構面均值	3.6				
易用性	17	我認為我會經常使用此網站	3	2	3	4	5
	18	我覺得此網站是簡單的	5	1	3	4	5
	19	我認為此網站很容易使用	5	1	3	1	5
	20	我不需要有人幫助就能使用這個網站	5	1	5	4	5
	21	我覺得此網站的功能整合得很好	4	2	5	3	5
	22	我覺得此網站很一致	4	2	3	4	5
	23	我認為大多數的人可以很快地學會使用此網站	5	2	3	4	5
	24	我覺得此網站使用起來並不麻煩	5	1	3	1	5
	25	我有自信能使用此網站	5	2	5	4	5
	26	我不需要學習很多事情，就能使用此網站	5	3	5	4	5
		各測試者均值	4.6	1.7	3.8	3.3	5
		構面均值	3.68				
資訊品質	27	此網站提供的資訊是正確的	5	3	5	4	5
	28	此網站提供的資訊是最新的	5	3	5	5	5
	29	此網站提供的資訊是相關的	5	2	5	5	5
	30	此網站提供的資訊是容易瞭解的	5	2	5	5	5
		各測試者均值	5	2.5	5	4.75	5
		構面均值	4.45				

(二)關鍵議題

根據易用性測試的結果（請參見附件），整理出 4 項關鍵議題。

1.搜尋的欄位輸入互動造成畫面頻繁跳動

受測者提到在輸入查詢條件時，畫面會自動往上捲。干擾使用者輸入流程，造成視覺不適與操作中斷，降低搜尋體驗。這是程式 Bug，需請工程師檢查「輸入框事件觸發的捲動行為」，確保輸入時頁面焦點與位置維持穩定。

2.上方的裝飾圖片占用非常大的版面區塊

頁面上方有一個非常大的 Banner，佔用了 1/3 的畫面高度（如圖 2），但未提供實質文字資訊或功能性互動。壓縮核心內容（搜尋與列表）的首屏展示空間（Above the Fold），使用者需額外向下捲動才能看到重點資訊。



圖2：查詢頁上方有大塊的裝飾圖

3.搜尋框整組都在畫面的左下角最容易被忽略的區塊（電腦版）

搜尋功能集中放置於頁面左側(如圖 3)，在常見的電腦螢幕解析度下，首屏僅能露出「關鍵字查詢」欄位，其餘篩選條件及「查詢」按鈕（如圖 4）皆被折疊於首屏下方，需向下捲動才能完整瀏覽。如此一來，造成搜尋入口容易被忽視；強制使用者額外捲動才能執行搜尋，增加操作摩擦力與搜尋成本。



圖3：搜尋框整組都在畫面的左下角容易被忽略的區塊



圖4：查詢條件集中於左側，需向下滾動方能完整瀏覽

4.關鍵字欄位可搜尋的範圍沒有明確定義

關鍵字欄位僅簡單說明「請輸入關鍵字」，但並沒有說明使用方式。經過測試，應該可以使用廠商名稱與型號，但部分民眾在輸入「品牌+型號」這樣的關鍵字後，就無法搜尋（如圖 5）。



圖5：同時輸入品牌與型號的搜尋結果

八、建議方案

OOOOO 之「OO 產品查詢」，根據測試結果分析，歸納出四大項關鍵議題：「搜尋的欄位輸入互動造成畫面頻繁跳動」、「上方的裝飾圖片占用非常大的版面區塊」、「搜尋框整組都在畫面的左下角最容易被忽略的區塊」及「關鍵字欄位可搜尋的範圍沒有明確定義」，整理出兩項建議方案，詳細說明如下：

(一)重新設計版面

目前的版面是傳統網頁的邏輯，上面是大大的 Banner，左側欄為篩選的過濾條件，右半部為搜尋結果。導致每次搜尋、檢視結果都要不斷地上下捲動。

建議改用應用程式形式的網頁，將搜尋列固定在上方，下方則顯示搜尋結果（如圖 6），從源頭解決關鍵問題中頁面頻繁跳動的問題，以及搜尋框位置的問題。

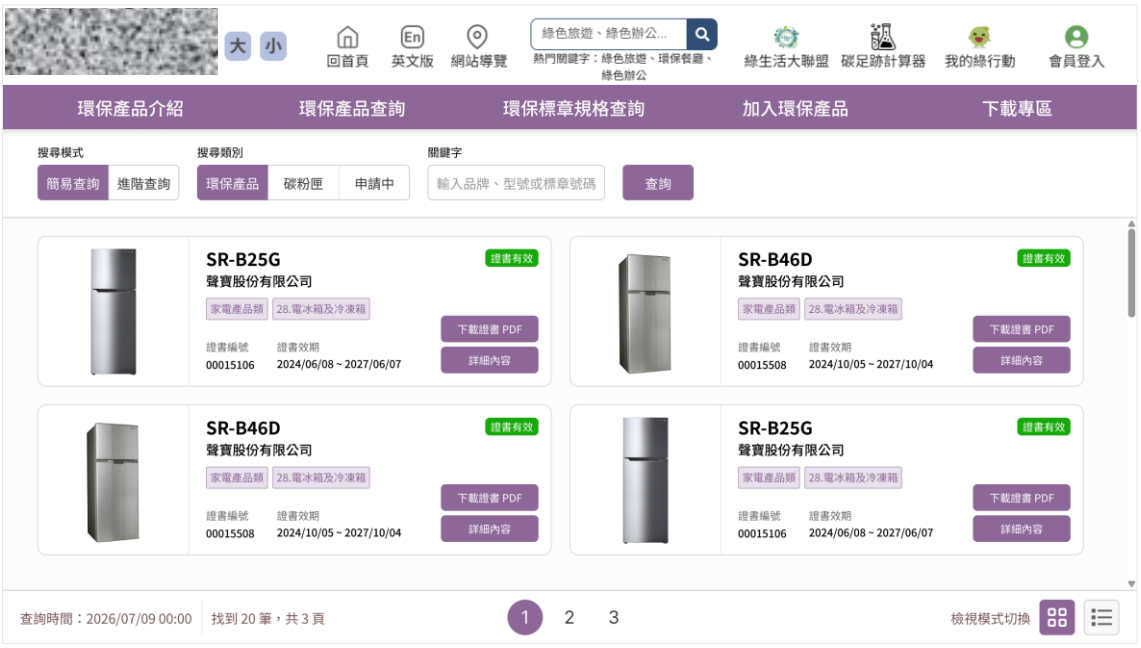


圖6：固定搜尋列版面示意圖

(二)重新編排搜尋欄位

使用新的版面後，重新設計搜尋欄位，建議可以先區分「簡易查詢」以及「進階查詢」（如圖 7），讓搜尋的入口更清楚，這樣可以讓前後端的搜尋邏輯更容易判斷。

此外，欄位也建議加上更清楚的說明，尤其是關鍵字，必須清楚告知關鍵字會搜尋哪些欄位。而經過測試，許多人會直接在關鍵字中輸入產品+型號，例如「聲寶 SR-B25G」（中間沒有空格），建議也可以考慮接受這樣的搜尋格式。



圖7：進階搜尋欄位編排示意圖

以上兩項建議方案，依據使用者測試過程中易發生中斷點與易用性面向評估，列出網站服務優化順序如下表 5，依數字小為優先，即在使用者的操作過程中，使用者是否能感受到立即性的改善，並解決主要問題為優先項目，作為機關後續網站優化的參考依據。

表5：網站服務優化順序

關鍵議題	建議方案	優化順序	易用性面向
搜尋的欄位輸入互動造成畫面頻繁跳動	重新設計版面	1	滿意度、避免錯誤
上方的裝飾圖片占用非常大的版面區塊		1	滿意度
搜尋框整組都在畫面的左下角最容易被忽略的區塊		1	效率

關鍵議題	建議方案	優化順序	易用性面向
關鍵字欄位可搜尋的範圍沒有明確定義	重新編排搜尋欄位	2	易學

九、結語

本易用性測試以評估網站服務流程現況為基礎，分析使用者測試結果，彙整使用過程之關鍵議題，提出協助服務提供者與服務使用者省工、省時之建議，依據改善優先順序列點如下：

A.重新設計版面

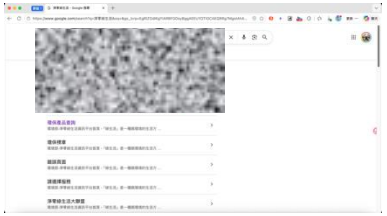
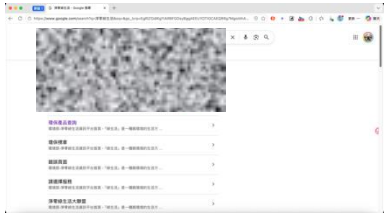
B.重新編排搜尋欄位

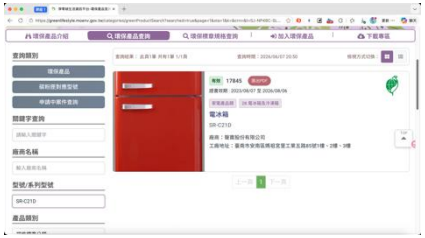
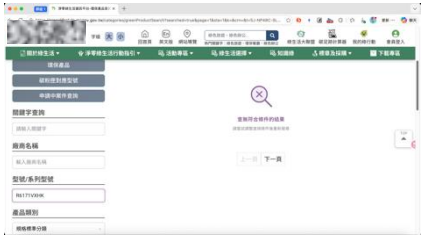
以上建議方案提供 OOO 之「OOOOOOO 產品查詢」服務未來精進方向與設計參考，建議後續會同利害關係人（包含服務提供者、服務使用者、系統開發廠商等）一同研擬實際可落實之執行細節，讓政府網站服務品質更臻完善。

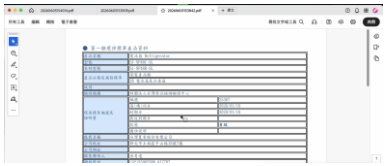
附件：測試紀錄表

狀況：1（順利完成，白色底）；**狀況：2**（有一些問題但可自行解決，黃色底）；**狀況：3**（無法完成或無法進入下一頁、選錯，粉紅色底）

測試者 1：

頁面名稱	Google 搜尋頁面	00000__首頁	Google 搜尋頁面	00 產品查詢頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 搜尋 00000，在搜尋結果下面就有看到 00 產品查詢連結，覺得高機率是我需要的頁面。	狀況：2 進入到首頁大致瀏覽一下頁面，有看到一些活動介紹和功能介紹，但感覺沒有讓我可以快速找到 00 產品查詢的地方（例如一看感覺就是可能可以找到的地方），所以放棄從首頁尋找。	狀況：1 感覺從搜尋結果這邊點進去連結就可以直接找到功能。	狀況：1 進入到產品查詢頁面，看到有很多搜尋框可以選擇，直接依序使用已知的產品型號進行查詢（查詢商品通常直接用型號搜尋會最準確）。

頁面名稱	00 產品查詢頁面	00 產品查詢頁面	00 產品查詢頁面	00 產品查詢頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 輸入「SJ-NP48C-SL」點擊查詢，順利尋找到資料並下載 PDF 檔案。	狀況：1 輸入「SR-C21D」，發現在搜尋框貼上型號就會自動搜尋了，覺得超棒超方便。	狀況：1 輸入「R6171VXHK」，發現沒有結果，判定它不符合標準要刪除。	狀況：1 輸入「NR-C384HV」搜尋，突然發現結果有一個點擊圖片查詢系列型號的紅字（前一個聲寶的冰箱沒有），所以就點擊進去進一步查詢。
	狀況：	狀況：1 順利尋找到資料並下載 PDF 檔案。	狀況：	狀況：

頁面名稱	NR-C384HV 產品頁面	下載的商品 PDF 頁面		
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 查閱相關資料，因該只是同系列產品有不同規格型號，影響不大就下載 PDF 檔案。	狀況：1 查閱下載下來的 PDF 檔案，都有相關認證資料即完成任務。		
	狀況：	可以提交的款式： 1. 夏普 SJ-NP48C-SL 2. 聲寶 SR-C21D 3. 國際牌（松下電器）NR-C384HV		

測試者 2：

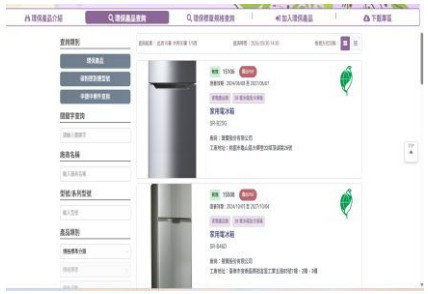
頁面名稱	00000 頁面	官網入口選擇（尋找環章）	00 產品查詢入口	產品查詢 （夏普 SJ-NP48C-SL）
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 搜尋引擎輸入「00000」，能迅速進入網站。	狀況：2 進入網站後，頁面頂端顯示多個導覽選項，無法第一時間精確定位目標入口。	狀況：1 「00 產品」點擊後，系統隨即直接導向「00 產品查詢」功能頁面，操作路徑明確且無冗餘轉址。	狀況：1 直接於「型號/系列型號」輸入第一台冰箱型號（SJ-NP48C-SL），輸入完成後，按「ENTER」鍵，該產品資訊就跑出來。
	狀況：	狀況：2 需花時間逐一打開並審視各個選項的內容，分類標籤的識別度不足及資訊層級未優先突出核心查詢功能。	狀況：	狀況：1 產品有清楚標示為「有效」，隨即看到「匯出 PDF」選項，就順利下載成功。

頁面名稱	產品查詢 （聲寶 SR-C21D）	產品查詢成功 （聲寶 SR-C21D）	產品查詢 （證書狀態）	產品查詢 （東元 R6171VXHK）
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：2 欲查詢第二台產品並清除前次輸入的型號時，系統反應不符合操作預期，頁面並未停留在當前搜尋區域，而是直接觸發重置邏輯，讓頁面狀態歸零並回到最初始位置。	狀況：1 在搜尋框輸入型號的過程中，無需按壓「ENTER」鍵或點擊任何搜尋按鈕，便能自動感測輸入內容並即時呈現匹配的產品資訊。	狀況：2 在精確輸入廠商名稱與完整產品型號後，系統仍顯示查無資料，經進一步探索後才發現，該產品被系統預設的「僅顯示有效產品」篩選邏輯所隱藏。	狀況：2 在查詢東元產品時，因漏打一位型號數字（6171 誤輸入為 617）導致查無結果。隨後發現差一個數字就什麼都沒有，搜尋引擎對型號輸入的容錯機制較低，需高度精確才能匹配成功。
	狀況：2 在查詢框輸入廠商名稱「聲寶」或特定型號（如：SR-C21）時，系統出現嚴重每輸入一個字元，頁面就會立即觸發自動重置邏輯並強制跳回頁面頂端，導致輸入區域瞬間從視線中消失。	狀況：	狀況：2 必須額外執行向下捲動並手動「全選」的操作。	狀況：2 顯示該產品狀態為「過期」。由於原先預期能查到有效認證，對此結果產生即時的懷疑，並反覆確認資訊內容。

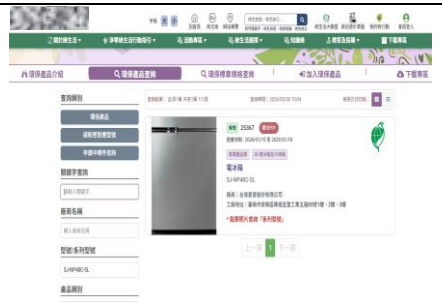
頁面名稱	產品查詢（國際牌（松下電器）NR-C384HV）	產品查詢共同問題		
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：2 嘗試以「廠商名稱（國際牌）＋完整型號（NR-C384HB）」進行精確搜尋，預期能快速鎖定目標產品，系統卻回傳「查無資料」的結果。	狀況：2 每一台產品查詢時皆具備「邊輸入邊顯示結果」的即時功能，但與不穩定的網頁捲動邏輯產生衝突。		
	狀況：2 將廠商名稱移除僅保留型號，系統便立即自動感測並成功顯示正確資訊。 系統僅接受法定正式名稱（台灣松下電器股份有限公司），無法辨識大眾常用的品牌俗稱（國際牌）。			

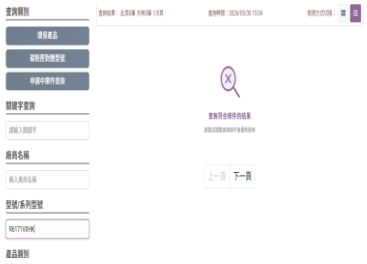
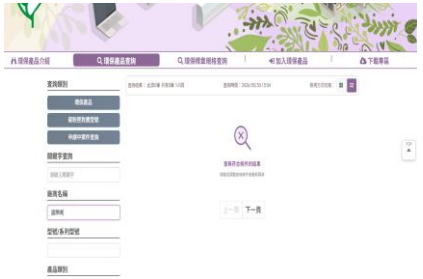
測試者 3：

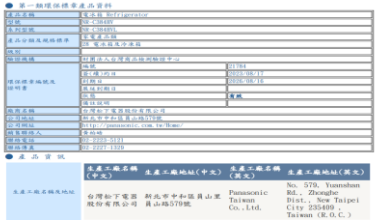
頁面名稱	00000 首頁	知識綠頁面	00 標章頁面	修正電冰箱 00 標章規格標準頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 00000 網頁業務介紹。	狀況：1 00 知識一些資訊與介紹。	狀況：1 有許多 00 標章產品資訊，在重要消息方面也有公告 00 產品有做那些規格標準修正。	狀況：1 電冰箱修正歷程及使用材料規範。
				狀況：1 列入冷凍櫃（箱）為 00 標章產品。

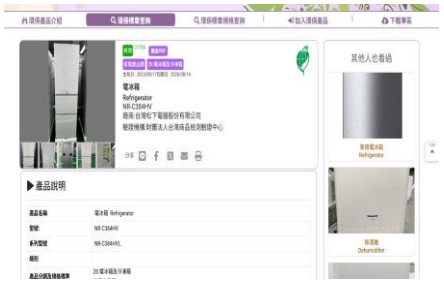
頁面名稱	電冰箱 00 產品查詢頁面	00 產品介紹頁面	00 標章規格查詢	加入 00 產品頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 電冰箱目前有 50 筆通過標章認證。	狀況：1 說明 00 標章的定義。	狀況：1 頁面有許多產品提供查詢。	狀況：1 說明如何加入 00 產品行列。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	下載專區頁面	電冰箱 00 產品查詢列表模式頁面	家用電冰箱 SR-B25G PDF 檔下載頁面	00 產品關鍵字查詢頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 提供許多表格依實際需求下載使用。	狀況：1 提供卡片模式與列表模式瀏覽。	狀況：1 下載 PDF 檔資訊內容有產品名稱、型號、驗證機構、廠商、證書效期等資訊，就是冰箱履歷表。	狀況：3 搜尋不到相關資訊。
	狀況：	狀況：1 列表模式有產品名稱、規格標準、證書效期、廠商等資訊。	狀況：	狀況：

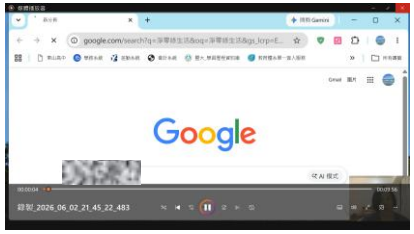
頁面名稱	OO 產品型號 SJ-NP48C-SL 查詢頁面	夏普 SJ-NP48C-SL 型號 PDF 檔下載頁面	OO 產品型號 SR-C21D 查詢頁面	聲寶 SR-C21D 型號 PDF 檔下載頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 用型號查詢可以查詢到該產品。	狀況：1 下載 PDF 檔資訊內容有產品名稱、型號、驗證機構、廠商、證書效期等資訊。	狀況：1 用型號查詢可以查詢到該產品。	狀況：1 下載 PDF 檔資訊內容有產品名稱、型號、驗證機構、廠商、證書效期等資訊。
	狀況：	狀況：1 此型號符合採購標準。	狀況：	狀況：1 此型號符合採購標準，但認證有效期限較短不建議採購。

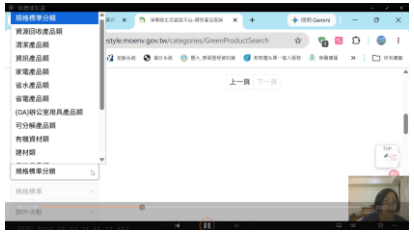
頁面名稱	OO 產品型號 R6171VXHK 查詢頁面	廠商 OO 產品東元查詢頁面	OO 產品型號 NR-C384HV 查詢無符合條件頁面	廠商 OO 產品國際牌查詢頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：3 不知是無通過認證還是搜尋條件不對。	狀況：1 查詢東元通過認證產品並無找到電冰箱。	狀況：3 用型號查詢並未搜尋到該產品。	狀況：3 用國際牌關鍵字查詢並未搜尋到該產品。
	狀況：	狀況：1 主要以空氣調節機為 00 標章認證產品。	狀況：	狀況：

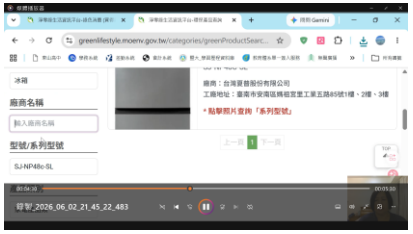
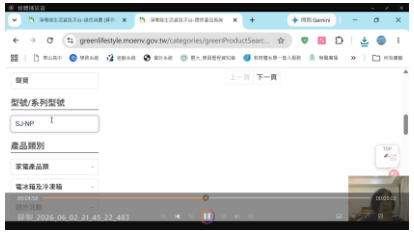
頁面名稱	廠商 00 產品松下電器查詢頁面	00 產品型號 NR-C384HV 查詢頁面	國際牌（松下電器）NR-C384HV 型號 PDF 檔下載頁面	產品名稱電冰箱 NR-C384HV 頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 用松下電器關鍵字查詢有查詢到該產品型號，並有 13 台通過認證。	狀況：2 要正確查詢到該產品型號需要先回到 00 產品頁面重新點選電冰箱進入才能查詢到該產品型號。	狀況：1 下載 PDF 檔資訊內容有產品名稱、型號、驗證機構、廠商、證書效期等資訊。	狀況：1 冰箱履歷表完整顯示產品名稱、型號、驗證機構、廠商、證書效期等資訊。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

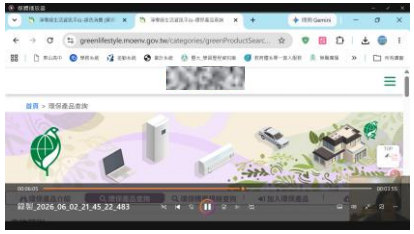
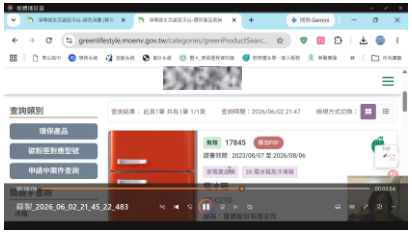
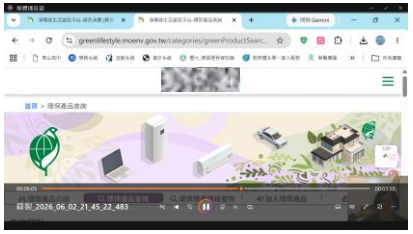
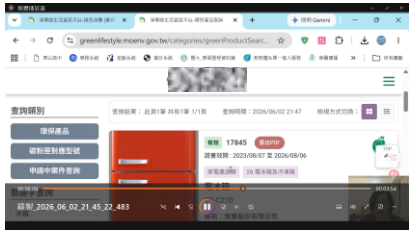
頁面名稱	產品名稱電冰箱 NR-C384HV 查看詳情頁面	確認最終可提交給長官選擇的冰箱款式		
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 冰箱履歷表完整顯示產品名稱、型號、驗證機構、廠商、證書效期等資訊	夏普 SJ-NP48C-SL（首選） 生效日 ： 2026/01/19 到期日 ： 2029/01/18 聲寶 SR-C21D 生效日 ： 2023/08/07 到期日 ： 2026/08/06 國際牌（松下電器）NR-C384HV 生效日 ： 2023/08/17 到期日 ： 2026/08/16		

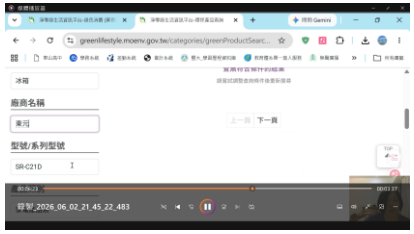
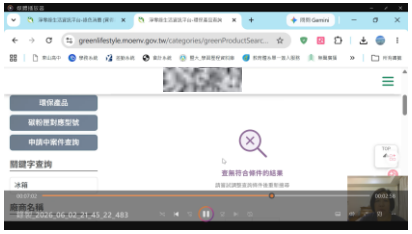
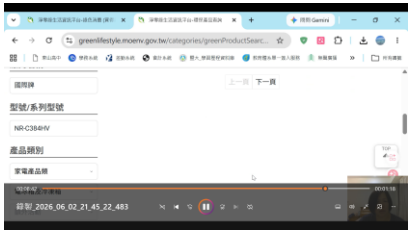
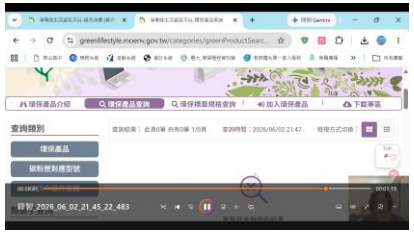
測試者 4：

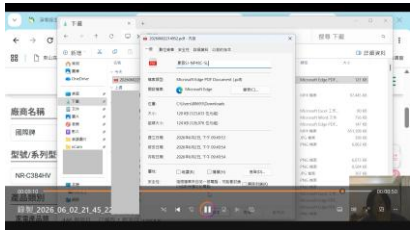
頁面名稱	Google	00000 首頁	00000/綠色消費	綠色消費
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 從 Google 引擎搜尋「00000」網站，頁面的第一個結果就是，很順利。	狀況：1 進入 00000 網站，要找到可以查詢商品有沒有 00 標章的頁面。	狀況：1 從網站首頁往下滑，看到「綠色辦公」的區塊猶豫了一下，因為我是要幫辦公室找的，但是隨即又看到「綠色消費」，應該是這個跟購買商品比較相關。	狀況：1 點進「綠色消費」就看到洗衣機跟冰箱，應該對了。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	綠色消費/查詢 00 產品	00 產品查詢	00 產品查詢/輸入查詢條件	00 產品查詢/輸入查詢條件
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 滑鼠往下滑動，就看到有一個查詢 00 產品的方塊可以點選。	狀況：1 進入 00 產品查詢的頁面。	狀況：1 我有先找好四台冰箱要查詢，先輸入關鍵字「冰箱」，再輸入「廠商名稱」與「型號」。	狀況：1 選擇商品分類，點下去就有很多類別可以選，我選「家電產品類」。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	查詢結果	匯出 PDF	查詢第二項商品/廠商名稱	查詢第二項商品/型號
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 條件一格一格輸入後，送出舊出現我在找的夏普冰箱，證書效期到 2029 年，是 OK 的。	狀況：1 在商品頁旁邊就有紅色底色的「匯出 PDF」非常明顯，點選下載，準備給主管看。	狀況：2 我要繼續輸入第二個商品查詢，在廠商名稱欄位，打一個字畫面就跳掉。	狀況：2 要輸入商品型號，打一個字母，畫面又跑掉。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	查詢第二項商品	查詢第二項商品	查詢第二項商品	查到聲寶冰箱
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：2 輸入只要按到，畫面就跳到頁面最上面，不會停在原來的框框裡，非常困擾，花很多時間都很難把每一個格子好好打完。	狀況：2 在型號格子輸入 SR，還沒打完完整的型號，右邊就會跳出型號有 SR 的商品出來（就是很多項商品），但是，我還沒打完啊！畫面又跳到最上面，超煩的。	狀況：2 查一個商品，跳很多次到頁面的最上面，好討厭，很難查。	狀況：1 跳轉 N 次之後終於找到我想查的商品，不過這個證書效期只到 2026/08/06，太短了，現在都 6 月了，不行。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	查詢第三個商品	查詢第三個商品	查詢第四個商品	查詢第四個商品
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 第三台冰箱是東元。	狀況：1 查無此商品，這台可能是舊機型，已經查不到了。	狀況：1 第四台冰箱是國際牌。	狀況：1 國際牌這一台也查不到了。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	下載/00 標章 PDF			
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 去「下載」資料夾找到剛剛下載的夏普冰箱 00 標章 PDF 檔案，檔名改成冰箱的型號。 再跟主管報告。			
	狀況：			

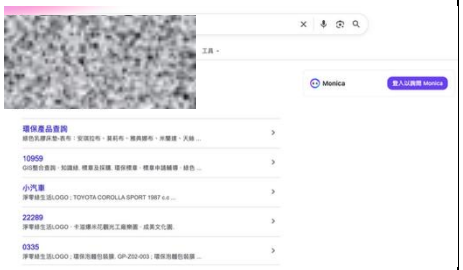
測試者 5：

頁面名稱	「00000」首頁	「常見的 00 標章產品」頁面	「00 產品查詢」頁面	「00 產品查詢」頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 在首頁裡介紹許多 00000 相關的資訊，一時找不到要在那裡找環標的資料，後來在右上功能列有找到「標章及採購」可選擇。	狀況：1 在該頁的下可以快速找到依電器種類分類「電冰箱」。	狀況：1 直接在關鍵字查詢欄裡輸入「夏普 SJ-NP48C-SL」無法直接找到該品項，要分別在「廠商名稱」輸入「夏普」，在「型號」輸入「SJ-NP48C-SL」，如果在任一欄位一同輸入全部資訊，無法找到該產品資訊。「聲寶 SR-C21D」這台也能找到環標資訊。	狀況：3 查詢「東元 R6171VXHK」這台時，找不到，不確定是資料輸入錯誤（因為沒有跟其他的型號含有-的符號）或是此品項沒有環標資訊。

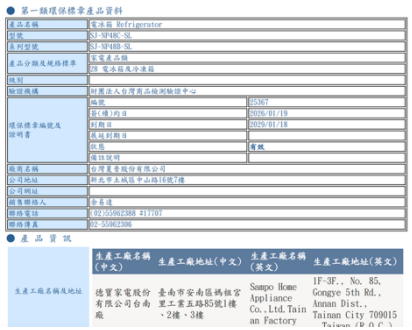
	狀況：	狀況：	狀況：1 可以很快找到 OO 標章證書效期，也能匯出 PDF。	狀況：3 而只在「廠商名稱」欄位打「東元」時，會出現所有該廠牌的所有電器（因種類很多有 10 頁，不可能逐一找到這台冰箱），但是，在前一頁不是已經選擇「電冰箱」項目了，且在左側查詢的「查詢類別」裡，也找不到商品「品項」（電冰箱）可以選擇。 「國際牌（松下電器）NR-C384HV」的也是有一樣的情況。

頁面名稱	「00 產品查詢」頁面			
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：3 查詢「國際牌（松下電器）NR-C384HV」時，在「廠商名稱」輸入「國際牌」是找不到任何商品的，需要改成是「松下電器」，如果不知道公司登記名稱，就找不到該品項了。			
	狀況：			

設計專家：

頁面名稱	Google 頁面	00 產品查詢頁面	查詢頁面：輸入型號、結果頁	查詢頁面：輸入型號、結果頁
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 搜尋 00 標章認證，即可找到 00000 的頁面。	狀況：1 點擊 google 第一個連結，就會帶到 00 產品查詢頁面。	狀況：1 填寫查詢資料。 在型號填上：SJ-NP48C-SL 即可在右側看到查詢結果。	狀況：1 填寫查詢資料。 在型號填上：SR-C21D 即可在右側看到查詢結果。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	查詢頁面：輸入型號、查無結果	調查證書狀態	查詢頁面：輸入型號、結果頁	
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：2 R6171VXHK，一開始找不到資料。	狀況：2 往下滾動，才發現可以更改證書狀態。看看該冰箱是不是 00 標章過期，才導致剛才找不到。	狀況：1 再次填寫查詢資料。 在型號填上：R6171VXHK，即可在右側看到查詢結果。	狀況：1 填寫查詢資料。 國際牌（松下電器）NR-C384HV，即可在右側看到查詢結果。

頁面名稱	下載 PDF			
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 可順利下載 PDF，檢視也沒有問題。			