

用户体验类参赛维度及评审规则

一、 参赛维度

聚焦冰箱产品的用户体验与生活场景，鼓励以用户为中心的设计思维与技术创新，征集具有前瞻性、实用性及商业潜力的冰箱产品创新方案，可参考但不限于以下方向：

（一）交互与界面设计：智能操控界面（APP/屏幕）、人机交互方式（语音、手势）、灯光与提示系统等。

（二）空间与收纳设计：内部空间布局优化、模块化储物方案、特殊食材（如母婴、保健品、酒类）专属存储设计。

（三）外观与家居融合设计：色彩、材质、形态与不同家居风格（如极简、轻奢、宋式美学等）的融合，嵌入式美学。

（四）健康与保鲜体验设计：围绕“全食材原鲜”理念，设计可视化保鲜状态、食材管理、健康饮食建议等功能体验。

（五）场景化创新设计：针对特定用户群体（如 90 后新婚家庭、多代同堂家庭、单身精英）或特定场景（如厨房社交、健康管理、应急存储）的整合解决方案。

（六）AI 赋能与智能体验设计：

1、AI 智能体与主动服务：设计基于 AI 的冰箱智能管家，实现食材智能识别、库存管理、过期提醒、自动生成购物清单、推荐健康食谱等主动服务。

2、多模态自然交互：探索融合视觉、语音、触觉等多模态的 AI 交互方式，使冰箱成为更懂用户意图的厨房中心。

3、AI 驱动的场景联动：设计冰箱与家中或其他智能设备（如烤箱、油烟机、智能音箱、可穿戴硬件等）基于 AI 的协同场景，打造无缝的智慧全屋体验。

二、 评审标准

评分维度	权重	具体评分要点与描述
1. 创新性与前瞻性	30%	- 理念独创性：设计理念是否新颖、独特，是否跳脱出现有产品的思维框架。 - 技术/交互创新：是否引入了新的技术（如 AI、新材料、新交互方式）或对现有技术进行了创造性应用。 - 趋势洞察：方案是否契合或引领未来家居生活、健康饮食、可持续发展等趋势。

2. 用户价值与体验深度	30%	• 痛点洞察及解决有效性：是否精准识别并有效解决了目标用户在冰箱使用中的核心痛点（如串味、收纳不便、食材管理困难等）。 • 体验旅程设计：用户与产品互动的全流程（从意识到使用）是否流畅、愉悦、高效。 • 体验提升度：设计方案在易用性、便捷性、情感化互动等方面带来的体验提升程度。 • 场景契合度：方案是否基于真实、具体的用户场景（如母婴护理、健身餐食、家庭聚会）进行设计，具有高度的场景适应性。
3. 技术可行性与商业潜力	25%	• 技术可实现性：所涉及的核心技术是否成熟，或技术路径是否清晰、有实现可能。 • 成本与量产考量：对制造成本、生产工艺复杂度的考量是否合理，是否具备规模化生产的潜力。 • 市场与商业价值：方案是否具有明确的目标市场和用户群体，商业前景和投资回报预期是否清晰。
4. 设计完整性与美学融合	15%	• 方案完整性：提案逻辑是否严谨，从用户洞察到设计落地阐述是否清晰完整，辅助材料（图纸、原型、视频）质量如何。 • 美学与家居融合：外观设计是否符合现代审美，能否与不同家居风格（如嵌入式、极简、轻奢）自然融合，提升整体家居格调。 • 品牌契合度：设计语言与美的品牌调性及“科技尽善，生活尽美”的理念是否一致。