

# T/CADPA

T/CADPA XXXX—XXXX

中国音像与数字出版协会团体标准

## 精品游戏评价规范

Game Innovation Metrics

征求意见稿

(本稿完成时间: 2022-12-20)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

中国音像与数字出版协会 发布

## 目 次

前 言 .....	III
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
3.1 电子游戏 video game; electronic game .....	1
3.2 网络游戏 online game .....	1
4 评价依据 .....	1
5 评价原则 .....	1
5.1 科学性 .....	1
5.2 合理性 .....	1
5.3 公正性 .....	1
5.4 国际性 .....	1
5.5 可拓展性 .....	2
6 评价方法 .....	2
7 评价结果 .....	2
8 评价流程 .....	2
8.1 概述 .....	2
8.2 评价准备 .....	2
8.3 指标选型 .....	2
8.3.1 评价对象描述 .....	2
8.3.2 确定评价指标 .....	2
8.3.3 设定指标权重 .....	2
8.4 评价实施 .....	2
8.4.1 指标信息确认 .....	2
8.4.2 指标评价方法 .....	2
9 评价指标 .....	2
9.1 观念导向 .....	3
9.2 文化内涵 .....	3
9.3 原创设计 .....	3
9.4 制作品质 .....	3
9.4.1 声音 .....	3
9.4.2 画面 .....	3
9.4.3 玩法 .....	3
9.4.4 操作性反馈 .....	3
9.5 综合影响力 .....	4
9.5.1 用户数量 .....	4
9.5.2 社会效益 .....	4
9.5.3 海外发行 .....	4
9.5.4 营收贡献 .....	4

9.6 可扩展性.....4

10 评价指标体系.....4

## 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。

本文件由中国音像与数字出版协会提出并归口。

请注意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。

本文件起草单位：中国音数协游戏工作委员会、深圳市腾讯计算机系统有限公司、北京乐动卓越科技有限公司、厦门青瓷文化传播有限公司、深圳市中手游网络科技有限公司、维沃移动通信有限公司、三七互娱（上海）科技有限公司、广州银汉科技有限公司、广州四三九九信息科技有限公司、北京字节跳动技术有限公司、上海米哈游网络科技股份有限公司、上海莉莉丝科技股份有限公司、厦门吉比特网络技术股份有限公司、上海鹰角网络科技有限公司、北京知行合一有为网络科技有限公司、广州灵犀互动娱乐有限公司、北京金山世游互动娱乐科技有限公司、北京巴别时代科技股份有限公司、福建网龙计算机网络信息技术有限公司、盛趣信息技术（上海）有限公司、北京中清龙图网络技术有限公司、深圳市创梦天地科技有限公司、北京中娱智库咨询有限公司、电通版权服务（广州）有限公司。

本文件主要起草人：

# 精品游戏评价规范

## 1 范围

本文件规定了精品游戏产品的评价。

本文件适用于精品游戏产品的设计与开发、游戏产品的评价。

## 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 13016—2018 标准体系表构建原则和要求

GB/T 20000.1—2014 标准化工作指南 第1部分：标准化和相关活动的通用术语

GB/T 20004.1—2016 团体标准化 第1部分：良好行为指南

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1 电子游戏 video game; electronic game

依托于电子设备平台而运行的交互游戏产品。

### 3.2 网络游戏 online game

根据团标《网络游戏分类》中的定义，网络游戏是指由软件程序和信数据构成，通过信息网络提供的游戏产品和服务。

## 4 评价依据

对精品游戏进行评价时，应遵循我国的现行法律法规、行业管理政策下开展，在建立评价指标体系、获取评价数据、测算评价结果、出具评价报告时游戏产品说明和用户文档集质量应满足GB/T 25000.51的规定，用户文档格式要求应符合GB/T 8567，游戏未成年人监护平台应符合T/CADPA 10的相应要求；实施评价的人员需具备T/CADPA 12中提出的能力要求。

## 5 评价原则

### 5.1 科学性

科学性原则，以先进的科学理论作为指导，运用合理的技术手段来观察、认识和实施精品游戏的具体评价工作。

### 5.2 合理性

符合游戏产品研发和推广的基本规律，符合社会规范和行业管理政策。

### 5.3 公正性

符合游戏产品评估的公正性原则，保证评审的公开、公平、公正。

### 5.4 国际性

立足国内实际情况，着眼于世界领先水平。

## 5.5 可拓展性

本标准面向未来，基于可持续性发展的原则，为标准的拓展提供技术和实施基础。

## 6 评价方法

评价方法应科学、合理、清晰、详细、可操作。

## 7 评价结果

评价结果应准确、可靠、经得起验证，原始记录应当真实、规范、完整、可追溯，并按有关规定保存。

## 8 评价流程

### 8.1 概述

本标准给出的评价指标项可用于精品游戏的评价，评价流程包括评价准备、指标选型、评价实施和评价报告等步骤。

### 8.2 评价准备

根据精品游戏评价目的需要，综合考虑评价指标及相关影响因素，制定与其需求相符合的评价方案。

精品游戏评价主体可选择自行制定方案来实施评价，也可以委托专业机构或具备相应能力的第三方制定评价方案，以期获得社会认可的评价结果。

### 8.3 指标选型

#### 8.3.1 评价对象描述

评价前应识别、界定和描述被评价的游戏产品。

#### 8.3.2 确定评价指标

评价前按照本标准所给出的指标项来确定和细化精品游戏评价指标。

#### 8.3.3 设定指标权重

评价前根据实际情况，结合专家打分，进行权重设定，以保证评价结果具有可比性。

### 8.4 评价实施

#### 8.4.1 指标信息确认

遵循真实、准确、客观、有效的原则，确认游戏产品评价各项指标信息，作为评价的输入值。

#### 8.4.2 指标评价方法

评价主体应当根据评价目的、评价结果应用等相关条件，依照本标准相关指标，对游戏产品进行客观、公正、公开评价。

## 9 评价指标

根据相关主管部门以及行业协会关于游戏产品评价和评审的标准，特别是依据《游戏审查评分细则》所涉及的主要原则，制定了精品游戏评价的核心指标。包含以下内容：

## 9.1 观念导向

- a) 产品符合社会主义核心价值观；
- b) 传播正能量；
- c) 利于培养美德；
- d) 具备正确的历史观、人生观、价值观、世界观；
- e) 无明显政治导向和价值取向偏差；
- f) 基调格调比较好，能够对是非善恶作出基本价值判断；
- g) 思想内容健康向上，思想境界高。

## 9.2 文化内涵

- a) 传播中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化；
- b) 体现民族精神、民族风格、民族特色，讲好中国故事；
- c) 体现时代文化成就和国家艺术形象；
- d) 倡导科学精神；
- e) 鼓励玩家开动脑筋，引导玩家开阔眼界；
- f) 引导玩家对一些新领域进行有益的思考或探索。

## 9.3 原创设计

主要考量与同类游戏相比玩法上是否有新意，在美术设计、艺术风格、世界观构筑等方面是否有合理创新。

符合团体标准《游戏产品创新指标》相关要求。

## 9.4 制作品质

### 9.4.1 声音

精品游戏的声音元素，包括但不限于：

- a) 音效丰富，与游戏内容匹配；
- b) 配音符合游戏产品的特点；
- c) 配乐与画面契合，旋律优美，传播性强，原创更佳；
- d) 主题曲或插曲，应格调高雅，朗朗上口，积极向上。

### 9.4.2 画面

精品游戏的画面应当能够充分体现游戏视觉内容，包括但不限于：

- a) 原画画风优美，符合游戏主题内容；
- b) 模型细致，贴图细节到位；
- c) 动作流畅，符合内容调性；
- d) 特效符合产品特点，能够高效的呈现视觉效果；
- e) 游戏界面简单清晰，布局富有美感的同时不失功能性。

### 9.4.3 玩法

精品游戏的玩法应当为玩家提供优质的互动体验，包括但不限于：

- a) 规则有创意；
- b) 关卡设计有新意，不是简单的内容堆砌；
- c) 玩法与游戏内容有较高的契合度。

### 9.4.4 操作性反馈

游戏操作手感舒适度。

## 9.5 综合影响力

### 9.5.1 用户数量

游戏产品覆盖的用户规模。

### 9.5.2 社会效益

社会各界对该游戏的评价，包括但不限于：

- a) 主流媒体正面报道；
- b) 相关主管单位正向评价；
- c) 用户评价；
- d) 拉动社会就业。

### 9.5.3 海外发行

游戏在海外发行的表现，文化传播意义，以及包括产品的用户数量、用户评价、运营数据、经济收益和方面的表现等。

### 9.5.4 营收贡献

游戏产品创造的营收以及税收贡献等。

## 9.6 可拓展性

根据精品游戏实际情况进行拓展，包括但不限于：

- a) IP延伸；
- b) 影视化；
- c) 实体场景化；
- d) 科普作用；
- e) 教育作用；
- f) 功能性开发；
- g) 玩家二次创作。

## 10 评价指标体系

一级指标	二级指标	指标内容
内容导向 正确	/	① 产品符合社会主义核心价值观； ② 传播正能量； ③ 利于培养美德； ④ 具备正确的历史观、人生观、价值观、世界观； ⑤ 无明显政治导向和价值取向偏差； ⑥ 基调格调比较好，能够对是非善恶作出基本价值判断。
产品思想精深	/	思想内容健康向上，思想境界高，主题好，弘扬主旋律、传播正能量。
文化内涵丰富	/	① 传播中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化； ② 体现民族精神、民族风格、民族特色，讲好中国故事； ③ 体现时代文化成就和国家艺术形象； ④ 倡导科学精神；



		⑤ 鼓励玩家开动脑筋，引导玩家开阔眼界； ⑥ 引导玩家对一些新领域进行有益的思考或探索。
原创程度高	/	主要考量与同类游戏相比玩法上是否有新意；
		在美术设计、艺术风格、世界观构筑等方面是否有合理创新。
		符合团体标准《游戏产品创新指标》相关要求。
制作品质精良	声音	音效真实、生动；配音符合游戏产品的特点，没有哗众取宠配乐与内容契合，旋律优美，传播性强，内容正能量。
	画面	原画画风优美，符合游戏主题内容；
		模型细致，贴图细节到位；
		动作流畅，符合内容调性；
		特效符合产品特点，能够高效的呈现视觉效果；
		游戏界面简单清晰；
		布局有美感的同时不失功能性。
	玩法	规则有创意；
		关卡设计有新意，不是简单的内容堆砌；
		玩法与游戏内容有较高的契合度。
操作性反馈	游戏操作手感舒适强	
综合影响力	用户数量	游戏覆盖的用户规模；
	社会效益	行业组织颁发的奖项；
		相关主管部门颁发的奖项；
	海外发行	游戏在海外发行的表现，文化传播意义，以及包括产品的用户数量、用户评价、运营数据、经济收益和方面的表现等；
营收贡献	游戏在海外发行的表现，包括用户数量、评价等。	
可拓展性	价值延伸	IP延伸；
		影视化；
		实体场景化；
		科普作用；
		教育作用；
		功能性开发；
		玩家二次创作。

### 参考文献

- [1]T/CADPA 7.5—2020 游戏术语
- [2]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
- [3] GB/T 13016—2018 标准体系表构建原则和要求
- [4]GB/T 20000.1—2014 标准化工作指南 第1部分: 标准化和相关活动的通用术语
- [5]GB/T 20004.1—2016 团体标准化 第一部分: 良好行为指南