

ICS 35.240.99

L67

团 体 标 准

T/ISC XXXX-XXXX

面向网络内容的未成年人不适龄提醒

测评指南

Evaluation Guide: Remind of Web Content unsuited for the Under 18s

(征求意见稿)

XXXX - XX-XX 发布

XXXX - XX-XX 实施

中 国 互 联 网 协 会 发 布

目 次

前言.....	II
1 范围.....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 概述.....	1
5 测评流程.....	2
6 主要技术内容.....	2
6.1 静态指标.....	2
6.1.1 暴力度 (A)	2
6.1.2 色情度 (B)	3
6.1.3 恐怖度 (C)	4
6.1.4 颓靡度 (D)	4
6.2 动态指标.....	5
6.2.1 管理不良度 (E)	5
6.2.2 广告不当度 (F)	6
6.2.3 时间耗费度 (G)	7
6.2.4 恶意 PK 度 (H)	7
6.2.5 货币消费度 (I)	8
6.3 评估结果应用.....	9
6.3.1 评星结果.....	9
6.3.2 评星标准.....	9
附录 A (资料性) 专属网络内容绿色度测评依据.....	11
A.1 测评对象分类.....	11
A.2 测评对象适用指标.....	11

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》给出的规则起草。

本文件由中国互联网协会标准工作委员会提出并归口。

本文件主要起草单位：中青冠岳科技（北京）有限公司、中国青年网。

本文件主要起草人：邵德海。

面向网络内容的未成年人不适宜提醒

测评指南

1 范围

本文件给出了对网络内容进行不适宜提醒测评的测评流程、测评指标、测评结果应用。

本文件适用于目前互联网平台上所有可见内容，可为家长、未成年人及社会各界提供较为客观、科学、可信赖的网络内容不适宜参考，测评对象的载体包括：接入或不接入互联网或局域网的各类个人电脑（台式机、笔记本电脑、平板电脑等）、手持电子终端（移动电话、手持游戏机、电子书等）、置于公共娱乐场所的经营性专用游戏机等。

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。

2007年新闻出版总署等八部委联合发布《关于保护未成年人身心健康实施网络游戏防沉迷系统的通知》、《网络游戏防沉迷系统开发标准》、《网络游戏防沉迷系统实名认证方案》、《网络游戏防沉迷系统及实名认证服务协议》等

2014年国家网信办出台“微信十条”、“账号十条”、“APP新证”及“直播新规”

2019年国家网信办指导组织国内主要网络视频平台全面推行“青少年防沉迷系统”

2019年国家新闻出版署发布《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

青少年网络游戏防沉迷系统 Online Game Anti-Indulged System For Adolescent

利用技术手段对未成年人在线游戏时间予以限制的系统。

3.2

不适宜提醒 Unsuitable age reminder

针对产品的游戏品类、主要玩法、画面内容以及付费与社交系统等，给出划分依据，评定产品不适宜年龄提醒。

4 概述

随着信息技术的高速发展，媒介生态变革进程地不断加快，数字化和互联网思维不仅重新定义了这个时代，也改变了人类社会的生存形态与意义构建。伴随数字时代发展而成长的新生代青年，互联网已

经成为当前未成年人重要的学习工具、沟通桥梁和娱乐平台。保护未成年人网络使用权益，满足其学习、生活和社会交往需要，既有利于他们成长，又有利于互联网产业健康、社会可持续发展。

本测评依据是对网络内容进行测评，提出不适宜的年龄段，拟为家长、未成年人及社会各界提供较为客观、科学、可信赖的网络内容不适宜参考，为家长、学校教育，及未成年人选择网络内容和网络应用等提供可靠依据，引导青少年正确使用互联网。

5 测评流程

测评对象可由测评委员会自主或根据社会举报选择确定，也可经相关专属网络内容的运营单位自主申报后选择确定。同时，本标准也适用于企业对网络内容进行自评估。

测评人员由教育界、法律界、心理学界、信息技术等领域的专家，以及社会著名人士和青少年代表组成“测评委员会”，负责测评对象的终评工作。测评委员会可以自主或根据社会举报选择的测评对象，做针对性测评，并对测评结果进行公示。对于运营单位自主申报的测评对象，测评委员会组织部分专家本着公开、公平、公正的原则，对测评对象进行资格审查和初评，将测评结果反馈给运营单位，并在网站上进行公示。

6 主要技术内容

本测评依据拟通过静态指标和动态指标两个维度进行考量。静态指标为该平台或产品的基本定位，常规化操作及运营风格等相对固定的程式化操作；动态指标拟测量其平台内容、活动或营销形式等不断更新变化的动态内容。

6.1 静态指标

主要针对产品的暴力度、色情度、恐怖度和颓废度进行测评。静态指标适用范围不包括广告和用户行为；测评对象内的广告（包括自身和其他产品及内容的广告）和测评对象在其他渠道发布的广告所产生的结果，根据动态指标“广告不当度”进行测评；由测评对象的用户行为（包括发布、上传等）产生的结果，根据动态指标“管理不良度”进行测评。

6.1.1 暴力度（A）

6.1.1.1 测评内容

此项指标主要针对用户视觉、听觉的直接感受进行测评。游戏类测评对象涉及到暴力文化的PK系统，在“恶意PK度”指标中加以描述。测评内容为：

- a) 是否存在或传播含有流血、喷血、碎尸、肢解、内脏、伤口等的文字、图片、音频、视频或游戏背景，以及相应的程度；
- b) 是否存在或传播含有直接或间接侵害他人人身、心理、财产等暴力行为的文字、图片、音频、视频等，以及相应的程度；
- c) 是否存在或传播含有侮辱、谩骂、恶意攻击他人等语言暴力行为的文字、图片、音频、视频等，以及相应的程度；
- d) 是否存在或传播宣扬、美化不当暴力行为的文字、图片、音频、视频等，以及相应的程度；
- e) 游戏类测评对象中是否含有允许、鼓励或逼迫用户使用刀具、枪械或其他暴力工具，直接或间接（含视听）侵害他人身体、心理、财产的设置，以及相应的程度。

6.1.1.2 测评依据

- a) 0度:不涉及任何暴力内容,或在游戏类测评对象中含有少量互相打斗的游戏设置,但游戏角色设计卡通可爱,没有流血及血液刻画画面,没有体现暴力行为和结果的视觉、听觉表现。测评对象中暴力表现形式并非写实、而是卡通等非写实方式的,或者表现的是正义的暴力,可适当降低此项指标评定结果。
- b) 1度:有少量情节所必须的暴力内容,但相关描写或刻画并不逼真;含有少量语言暴力内容,但程度较轻;不含宣扬、美化不当暴力行为的内容;游戏类测评对象中允许用户的游戏角色使用暴力工具直接或间接侵害他人的游戏角色,但对相应行为给予处罚。
- c) 2度:有一定情节所必须的暴力内容,相对逼真的表现溅血画面及击打、砍伤、哀号等声音特效,以增强视觉、听觉刺激;含有一定的语言暴力内容,但程度不高;不含宣扬、美化不当暴力行为的内容;游戏类测评对象中允许用户的游戏角色使用暴力工具直接或间接侵害他人的游戏角色,但并不无鼓励或逼迫的设置。
- d) 3度:有较多暴力内容,对血腥场面的描述或展示非常逼真,包括喷血、碎尸、肢解等残忍刻画;含有较多的语言暴力内容;含有宣扬、美化不当暴力行为的内容;游戏类测评对象中允许用户的游戏角色使用暴力工具直接或间接侵害他人的游戏角色,并且给予相应的奖励。有真实拍摄或录制的比较清晰展现殴斗、凶杀或大规模打砸行为等内容的,此项指标直接定义为3。

6.1.2 色情度 (B)

6.1.2.1 测评内容

此项指标主要针对用户的视觉、听觉和心理感受进行测评,测评关注点包括:

- a) 两性知识:关于讲述两性知识的内容;
- b) 亲昵举动:亲吻、拥抱、爱抚等相关内容;
- c) 家庭生活:恋爱、结婚、离婚、生子等相关内容;
- d) 身体刻画:乳房和性器官等相关内容;
- e) 姿势、动作或声音:是否存在性暗示、性挑逗或性行为的姿势、动作或声音,以及相应的程度。

6.1.2.2 测评依据

- a) 0度:没有对于两性知识具体深入的描述;只有亲情、友情、长幼之间等非恋爱式的亲吻、拥抱和爱抚动作;存在恋爱、结婚、离婚、生子等家庭生活内容,但描述的内容完全符合社会道德,对过程并不深入描述;没有对敏感部位等相关内容的刻画。当出现带有明显性暗示、性挑逗或性行为的姿势、动作或声音时,此项指标直接定为3。
- b) 1度:有属于青春期性教育范畴的两性知识描述或刻画;存在少量恋爱式的亲吻、拥抱和爱抚动作,但不涉及到敏感部位,不详细描述刻画其过程;游戏类测评对象不提供用户实施亲吻、拥抱和爱抚动作的游戏设置;存在恋爱、结婚、离婚、生子等家庭生活内容,但不详细描述刻画其过程,不对用户造成不良的意识导向;从体现男、女曲线美等健康角度出发,对人体非青春期性教育范畴的描述和刻画,基本不描述、不暴露男女身体的敏感地方。
- c) 2度:有少量科学的或艺术的表现两性关系的描述或刻画,但是无直接的关于“性行为”的描绘,对用户正确认识“性”有一定的帮助;存在一些恋爱式的亲吻、拥抱和爱抚动作,但不涉及到敏感部位;游戏类测评对象中不提供违背另一方意愿的强行拥抱和亲吻设置;存在恋爱、结婚、离

婚、生子等家庭生活内容，但无宣扬或美化违背社会道德行为的描写和刻画，游戏类测评对象中不向用户提供轻率对待婚姻甚至违背社会道德的游戏设置；可以稍微性感的刻画男女性身体，但以体现健康和成熟美为主。

d) 3度：有较多表现两性关系的内容，或表现的比较深入细致，但并不低俗或淫秽；存在较多恋爱式的亲吻、拥抱和爱抚动作，或相关动作涉及到敏感部位，但表现形式并不低俗或淫秽；游戏类测评对象中有违背另一方意愿的强行拥抱和亲吻等设置；恋爱、结婚、离婚、生子等家庭生活内容中有宣扬或美化违背社会道德行为的描写和刻画；对男女性身体的描写和刻画比较性感，但并不低俗或淫秽。

对于游戏类测评对象有意提供偷窥女性底裤等设置的，此项指标直接定为3。

6.1.3 恐怖度 (C)

6.1.3.1 测评内容

此项指标主要针对用户的视觉、听觉和心理感受进行测评：

- a) 视觉：是否存在用文字、图片、视频等方式描述或展现流血、喷血、碎尸、肢解、内脏、伤口等有针对性的深度刻画，或展现造型怪异恶心的人物、怪物、场景，或展现刺激的、吓人的举动，以及相应的程度。
- b) 听觉：音频中是否含有诡异的声音特效，或含有刺激的、瞬间出现的致人恐惧的声音特效，以及相应的程度。
- c) 心理：是否存在用文字、图片、音频、视频导致用户产生压抑的情感状态，或暗示甚至故意散布天灾、瘟疫、世界末日等谣言或宣传封建迷信，以及相应的程度。

6.1.3.2 测评依据

- a) 0度：没有任何导致用户在视觉、听觉或心理方面感到恐怖的内容。
- b) 1度：有少量可能导致用户在视觉、听觉或心理方面感到恐怖的内容，但程度较轻。
对以神话故事等为主题的名著和名著衍生品（包括剧本、电影、电视、游戏等），此项指标测评结果适当降低。
- c) 2度：有一些导致用户在视觉、听觉或心理方面感到恐怖的内容，但程度不高；或有少量导致用户在视觉、听觉或心理方面感到恐怖且程度较高的内容。
- d) 3度：有较多导致用户在视觉、听觉或心理方面感到恐怖的内容，且程度较高。
存在用文字、图片、音频、视频导致用户因恐怖而产生强烈的感情压抑等状态的内容，直接定义为3。

6.1.4 颓靡度 (D)

6.1.4.1 测评内容

此项指标主要针对给未成年人用户在行为习惯和价值观、道德层面带来的影响进行测评。

6.1.4.2 测评依据

- a) 0度：具有健康的主题，无粗俗文字、图片、视频及不良用语等。

主题和内容等各方面完全符合我国国情和道德规范。

测评对象对用户尤其是未成年人树立良好人生观、价值观产生积极影响的，此项指标测评结果适当降低。

- b) 1度：内容诙谐幽默，有少量恶搞文字、图片、音频、视频和游戏设置，但不存在人身攻击的意图。主题和内容等方面基本符合我国国情和道德规范。
测评对象对未成年人用户无生活态度及意识导向方面的负面影响。
- c) 2度：以揭露批判为主，有一定数量的恶搞文字、图片及音频、视频，或存在少量的、社会上使用频率比较高的人身攻击性的用语等。
主题和内容等方面不能完全和我国国情和道德规范相符合的。
测评对象可能对未成年人用户生活态度及意识导向方面产生一定的消极影响。
- d) 3度：主题较为颓废，有一定数量的粗俗文字、图片、音频、视频和游戏设置，或有较多人身攻击性的文字、图片、音频、视频片段和动作设置。
主题和内容方面有和我国国情和现实道德规范不一致的方面，或者出现与社会公认的历史事实和社会现实不一致的内容，但不涉及违法和犯罪。
测评对象对未成年人用户产生较多不良影响，甚至可能误导未成年人用户在现实生活中发生对社会造成不良后果的行为。
测评对象中有宣扬烟草、酒精或违禁药品内容的，此项指标直接定为3。

6.2 动态指标

主要针对产品的管理不良度、广告不当度、时间耗费度、恶意PK度和货币消费度进行测评。

6.2.1 管理不良度（E）

6.2.1.1 测评内容

此项指标主要针对测评对象运营单位对用户不良行为的监管力度和对用户意见、建议、举报信息的应对能力进行测评。包括：

- a) 测评对象运营单位对用户可能发生的不良行为是否有前瞻性的管理措施，和当用户在测评对象中发布或上传的文字、图片、音频、视频等出现不良内容后，测评对象运营单位对不良行为的处理效率；
- b) 测评对象运营单位对用户发布意见、建议、举报信息的处理效率和改进程度。

6.2.1.2 测评依据

- a) 0度：测评对象内部秩序十分和谐，用户之间相互帮助，融洽相处。
用户在测评对象内发布或上传的内容根据本依据中A、B、C、D四项指标任何一项的测评结果都为0度；或者出现高于0度的内容时，测评对象运营单位能及时有效处理。
对用户测评对象内发布或上传的内容能够先审核、后发布，同时发布或上传的内容根据本依据中A、B、C、D四项指标任何一项的测评结果都为0度，则此项指标测评结果适当降低。
建立有比较完善的意见反馈和举报系统，能根据用户的意见和建议进行及时回应，对用户举报信息及时有效处理。
- b) 1度：测评对象内部秩序相对和谐。用户能够融洽相处，有程度轻微的相互攻讦、歧视等内容。

用户在测评对象内发布或上传的内容根据本依据中A、B、C、D四项指标任何一项的测评结果最高为1度；或者出现高于1度的内容时，测评对象运营单位能有效处理。

建立有意见建议反馈和举报系统，能根据用户的意见和建议进行回应，或对举报信息进行有效处理。

c) 2度：测评对象内部秩序不太和谐，用户之间出现一定的相互攻讦、歧视等内容。

用户在测评对象内发布或上传的内容根据本依据中A、B、C、D四项指标任何一项的测评结果最高为2度；或者出现高于2度的内容时，测评对象运营单位能进行处理，但处理不够及时、有效。建立有意见建议反馈和举报系统，能根据用户的意见和建议进行回应，或对举报信息进行处理，但处理不够及时、有效。

d) 3度：测评对象内部秩序不和谐，用户相互不够融洽，以相互恶搞、讽刺为乐，出现大量相互攻讦、歧视、侮辱等内容。

用户在测评对象内发布或上传的内容根据本依据中A、B、C、D四项指标测评结果至少有一项为3度，测评对象运营单位不进行处理。

无意见建议反馈和举报系统，或者虽建立该系统，但该系统无相关人员进行管理，或对用户意见、建议和举报信息视而不见，甚至采取删帖、沉帖、恶意封停账号等不当措施。

6.2.2 广告不当度 (F)

6.2.2.1 测评内容

此项指标主要针对广告的内容进行测评（包括文字、图片、音频、视频等）；广告包括测评对象发布的自身广告和为其他产品和内容发布的广告；对于广告出现的数量、形式等技术性问题，一般情况下不进行考虑。

6.2.2.2 测评依据

a) 0度：测评对象内不存在任何广告内容，或有宣传测评对象的广告，但该广告内容根据本依据中A、B、C、D四项指标任何一项的测评结果都为0度。

测评对象内有宣传其他产品或内容的广告，该产品或内容依照本依据，绿色度达到5星依据。

在其他媒体和渠道发布的测评对象广告，该广告内容根据本依据中A、B、C、D四项指标任何一项的测评结果都为0度。

b) 1度：测评对象内有宣传测评对象的广告，但该广告内容根据本依据中A、B、C、D四项指标任何一项的测评结果都不超过1度。

测评对象内有宣传其他产品或内容的广告，该产品或内容依照本依据，绿色度达到4星及4星以上依据。

在其他媒体和渠道发布的测评对象广告，该广告内容根据本依据中A、B、C、D四项指标任何一项的测评结果都不超过1度。

c) 2度：测评对象内有宣传测评对象的广告，但该广告内容根据本依据中A、B、C、D四项指标任何一项的测评结果都不超过2度。

测评对象内有宣传其他产品或内容的广告，该产品或内容依照本依据，绿色度达到3星及3星以上依据。

在其他媒体和渠道发布的测评对象广告，该广告内容根据本依据中A、B、C、D四项指标任何一项的测评结果都不超过2度。

d) 3度：测评对象内有宣传测评对象的广告，该广告内容根据本依据中A、B、C、D四项指标评定结果中至少有一项指标达到3度。

测评对象内有宣传其他产品或内容的广告，该产品或内容依照本依据，绿色度为2星或更低依据。在其他媒体和渠道发布的测评对象广告，该广告内容根据本依据中A、B、C、D四项指标评定结果中至少有一项指标达到3度。

当测评对象内的广告或者测评对象在其他媒体和渠道发布的广告，表现形式为大量非用户自愿选择的自动弹出，此项指标直接定为3。

6.2.3 时间耗费度 (G)

6.2.3.1 测评内容

此项指标只针对游戏类中的客户端网络游戏、网页游戏和移动端游戏进行测评。相对于大型多人角色扮演游戏（即MMORPG），休闲竞技类游戏成瘾性稍低。因此，对休闲竞技类游戏的测评尺度可酌情稍微放宽。

当游戏不允许未成年人注册时，此项指标直接为3。对于同真实运动相结合的健身类游戏，此项指标可适当降低。

6.2.3.2 测评依据

a) 0度：游戏时间设置充分考虑游戏用户的工作、学习、休息等日常生活习惯，在游戏时间上进行了比较严格的限制，包括密集提醒、强制下线、定时关服等硬性技术措施，以最大限度保护游戏用户身心健康。

对于已经做了比较严格的时间限制，但事实上依然造成较大比例的用户沉迷，则此类游戏适当提高评定结果。

b) 1度：游戏时间设置以游戏用户为中心，能考虑游戏用户的工作、学习、休息等日常生活习惯，从而在游戏时间上进行了部分限制，基本能保证游戏用户工作、学习、娱乐、休息的良好循环。凡是有效安装了防沉迷系统的游戏产品，这一指标最高是2。当在线时间的长短和游戏用户角色与他人相比的能力没有直接和明确的关联，则这一指标最高是1。

当游戏公司设计了合理的系统帮助引导游戏用户适度的玩游戏，可适当降低此项指标的评定结果。

c) 2度：游戏用户角色与他人相比的能力与在线时间的长短有一定的关系，但游戏公司有效安装防沉迷系统，能认真核查用户注册信息真实性，并及时将未成年人用户纳入防沉迷系统保护范围。当游戏内以牟利为目的出售延长游戏用户在线时间的游戏道具，此项指标最低为2。

d) 3度：游戏中没有安装防沉迷系统，或防沉迷系统不能有效发挥作用；或游戏中存在诱使游戏用户长时间在线的游戏设定，容易导致游戏用户沉迷。

6.2.4 恶意PK度 (H)

6.2.4.1 测评内容

此项指标只针对游戏类中的客户端网络游戏、网页游戏和移动端游戏进行测评。相关名词解释如下：

a) PK系统：游戏允许用户攻击其他用户角色的系统。

b) PK开关：游戏中有PK系统，同时设置PK开关。用户可自主自愿开启关闭PK开关，决定是否可以主动攻击他人或被他人攻击，但游戏中也可能提供某种方法抵消PK开关的作用。

- c) 恶意PK: 非竞技性的、违背他人意愿的主动攻击其他用户角色的行为。
- d) PK惩罚: 对恶意PK的用户在PK行为发生后或者杀死对方游戏角色时, 会遭到一定的系统惩罚。
- e) 监狱系统: 监狱系统属于对恶意PK的惩罚措施之一, 用户角色在恶意PK行为达到一定程度、满足相关要求后, 将被关进监狱。但游戏中可能提供抵消监狱处罚的设置。
- f) PK奖励: 游戏中本身鼓励用户参与实施恶意PK活动, 并给予恶意PK成功的用户角色相应的奖励。
- g) PK特权: 游戏向用户出售PK特权。如《大话西游》中的“杀人香”, 购买使用此道具后可以获得恶意PK其他用户(包括关闭PK开关的用户)的权力。
- h) 悬赏系统: 用户自身角色针对其他用户角色发起悬赏并提供一定酬劳, 成功击杀被悬赏人的用户角色获得相应报酬。

6.2.4.2 测评依据

- a) 0度: 游戏中没有PK系统, 或只有竞技类PK系统, 但必须在参与各方同意后方可竞技。
- b) 1度: 游戏中有PK系统, 但不允许恶意PK, 游戏设计十分人性化, 不迫使、强制用户参与暴力内容, 并将主导权交与用户。或者游戏中允许恶意PK, 但对恶意PK用户有严格的惩罚措施。
- c) 2度: 游戏中有PK系统, 允许恶意PK, 但有相应的处罚措施, 且PK系统不与法定货币购买的道具挂钩。
或者游戏中允许恶意PK, 并设置特定背景下的两个或以上阵营相互敌对, 敌对阵营游戏用户相互击杀后获得奖励, 但PK系统不与法定货币购买的道具挂钩。
对策略性游戏, 可适当降低此项指标的评定。
- d) 3度: 游戏中允许恶意PK, 且没有PK惩罚系统, 或游戏中有默许甚至鼓励恶意PK活动的设置。游戏中的PK系统与法定货币购买的道具挂钩, 且其效果可以累加, 容易导致游戏用户投入较多金钱。一旦向游戏用户提供如: PK特权, 针对监狱系统的劫狱、逃狱、贿赂系统, 出售游戏道具帮助用户快速洗刷罪恶等相关服务, 针对没有受到游戏中对恶意PK行为进行处罚的用户游戏角色提供悬赏服务, 此项评定直接定为3。
游戏中提供非情节所必须(策略类游戏除外)的劫掠任务, 且由游戏用户主观实际操作进行的抢劫行为, 此项指标直接定为3。

6.2.5 货币消费度(1)

6.2.5.1 测评内容

此项指标只针对游戏类中的客户端网络游戏、网页游戏和移动端游戏进行测评。

6.2.5.2 测评依据

- a) 0度: 游戏中用户角色能力高低全凭用户对游戏熟练程度及操作技巧, 不受等级影响。游戏增值业务中, 不出售加强用户自身角色或降低其他用户角色能力的道具。用户可以使用游戏过程中获得的货币满足游戏中的日常需求。
对用户每月消费有一定限制, 且限制金额较低的游戏类测评对象, 可适当降低该项指标。
- b) 1度: 出售可加强用户自身或降低其他用户角色能力的游戏道具, 但此类道具数量很有限, 同一类道具效果不可累加, 各个角色可以很容易达到平衡; 出售帮助用户角色过关的游戏道具, 但在与其他游戏用户的直接对抗和竞争中帮助很小或没有帮助。

游戏中有提升装备性能的设置，但在其过程中，无须直接消费现金。

- c) 2度：出售可加强用户自身或降低其他用户角色能力的游戏道具，同一类道具效果可以累加，但累加效果有限；出售帮助用户角色过关的游戏道具，在与其他用户角色的直接对抗和竞争中有一定帮助。

游戏中有提升装备性能的设置，需要投入一定现金，但数额不大。

游戏中有少量类似博彩性质的内容，但只能使用游戏货币，不能与真实货币有直接关联。

- d) 3度：出售可加强用户自身或降低其他用户角色能力的游戏道具，同一类道具效果可以累加，会导致各个角色之间产生很大差距；出售帮助用户角色过关的游戏道具，在与其他用户角色的直接对抗和竞争中帮助很大。

游戏中有提升装备性能的设置，装备性能的提高与投入的现金数量成正比，很容易导致游戏用户投入较多金钱。

游戏中出售直接用于游戏用户间PK的消耗性游戏道具，并通过纵容恶意PK、制造游戏用户仇恨等，促进此类游戏道具的销售。

游戏中有类似博彩性质的内容，以开宝箱、抽奖等直接或间接方式诱使游戏用户投入大量金钱。

游戏中出售用于公共聊天频道广播的喇叭类道具，当公共聊天频道出现大量谩骂、色情等不良信息以及虚假信息，且游戏公司基本不加处理时，此项指标直接定为3。

6.3 评估结果应用

6.3.1 评星结果

★★★★★：建议6岁以下年龄段人群（相当于学龄前儿童）不要使用，或需要监护人陪同和指导

★★★★☆：建议12岁以下年龄段人群（相当于小学生及以下）不要使用，或需要监护人陪同和指导

★★★☆☆：建议15岁以下年龄段人群（相当于初中生及以下）不要使用，或需要监护人陪同和指导

★★☆☆☆：建议18岁以下年龄段人群（相当于高中生及以下）不要使用，或需要监护人陪同和指导

★☆☆☆☆：建议18岁以下年龄段人群（相当于高中生及以下）不要使用，而且可能给用户带来较大负面影响

6.3.2 评星标准

- a) 建议6岁以下年龄段人群（相当于学龄前儿童）不宜使用，或在监护人陪同和指导下使用各项指标满足条件：

静态：A0\B0\C0\D0

动态：E0\F0\G0\H0\I0

综合评定满足条件：全部指标均为0。

- b) 建议12岁以下年龄段人群（相当于小学生及以下）不宜使用，或在监护人陪同和指导下使用在指标中出现1，但任何一项指标不高于1。

- c) 建议15岁以下年龄段人群（相当于初中生及以下）不宜使用，或在监护人陪同和指导下使用在指标中出现2，但任何一项指标不高于2。

- d) 建议18岁以下年龄段人群（相当于高中生及以下）不宜使用，或在监护人陪同和指导下使用。在指标中出现3，不过为3的指标数不超过3个，而且在出现3的指标方面高中生以上的人群基本可以正确理解和应对，负面影响不大。
- e) 建议18岁以下年龄段人群（相当于高中生及以下）不宜使用，且可能给用户带来较大负面影响。在指标中出现3，且为3的指标超过3个，或者在出现3的指标方面可能给用户造成较大负面影响。

附录 A
(资料性)
专属网络内容绿色度测评依据

A.1 测评对象分类

测评对象的载体包括接入或不接入互联网或局域网的各类个人电脑（台式机、笔记本电脑、平板电脑等）、手持电子终端（移动电话、手持游戏机、电子书等）、置于公共娱乐场所的经营性专用游戏机等。测评对象分为三类：

a) 表现形式是网络链接的内容（不包括网络工具和游戏），根据内容的来源具体分为三种：

第一种是测评对象运营单位提供的自身内容，包括：文字（包括标题和内容）、图片（包括flash、幻灯片）、音频、视频等；

第二种是测评对象运营单位在测评对象中提供的外部链接内容（包括新闻、广告等）；

第三种是测评对象中用户提供的内容，包括文字（包括标题和内容）、图片（包括flash、幻灯片等）、音频、视频等。

当测评对象内的网络链接中存在网络工具、游戏类等内容时，结合网络工具类和游戏类内容的测评结果进行综合测评。

b) 网络工具类

主要指以客户端形式出现的网络工具。除非网络工具内出现明显涉及色情、暴力、恐怖等不良内容，网络工具类产品暂不作为测评对象。

由于网络工具类内存在的广告、文字内容等对应于具体存在的网站内容，故不作为网络工具类、而是按照表现形式为网络链接的内容分类进行测评。

c) 游戏类

具体分为客户端网络游戏、网页游戏、移动端游戏、单机游戏（包括Flash游戏）。

A.2 测评对象适用指标

本依据所有指标中，对于表现形式是网络链接的内容以及游戏类中的单机游戏，只针对暴力度、色情度、恐怖度、颓靡度、管理不良度和广告不当度进行测评；对于游戏类中的客户端网络游戏、网页游戏和移动端游戏，针对所有指标进行测评。