

如何写好游戏评测

目录:

前言.....	2
1 我的游戏评论观.....	2
1.1 读者是谁?	2
1.2 写议论文, 不要写说明书.....	3
2 写游戏评测的十二个要点.....	4
2.1 结论或主要观点要写在最前面.....	4
2.2 文字要简洁, 观点要鲜明.....	4
2.3 要用整体性思维来思考.....	4
2.4 要把游戏放到环境中去考察.....	5
2.5 要重点讨论事物之间的因果关系.....	5
2.6 切忌先了解游戏再玩游戏.....	5
2.7 不要被自己的喜好所左右.....	6
2.8 避免读者价值观不同带来的误解.....	6
2.9 观点要和事实一致.....	6
2.10 要说真话, 切忌用耸人听闻的观点吸引眼球.....	7
2.11 20%的时间得出 80%的结论.....	7
2.12 写出你的改进意见.....	7
3 总结.....	8

前言

对电子游戏进行评论的历史已经很久了，可能自从电子游戏诞生的那一天开始，评论也就随之而来。但是，我却认为，大多数的评论方法都存在着明显的问题，本文就要谈论一下我对游戏评论方法的看法。本文主要讨论了如何写一篇客观、真实，并且有一定可读性的游戏评测。

1 我的游戏评论观

1.1 读者是谁？

我们首先要清楚我们的读者是谁，和这个问题紧密关联的问题是：我们的读者读文章的目的是什么。清楚了这一点，我们才能围绕着读者的目的出发来写文章。

对于策划和玩家来说，看评测文章的目的是不同的。

对于玩家来说，他看评测，可能是为了了解这个游戏是否好玩，然后决定自己是否去玩。这样的评测文章可能更需要写一些游戏特点、亮点、可以吸引眼球的内容。

而对于策划来说，他们更想知道的是这个游戏好在哪里，坏在哪里，有什么借鉴意义。那么，我们需要把这个游戏“是什么”、“为什么”、“怎么样”写出来。

如果我们的读者还是决策者，需要考虑是否代理这个游戏，那么我们还要明确地给出建议：代理、不代理，或观望等。

本文讨论的评测文章类型仅限于后两种。

1.2 写议论文，不要写说明书

游戏评测常见的问题就是写成游戏说明书。也就是只写了游戏“是什么”，没有写“为什么”和“怎么样”。这样的话，读者必须根据作者所写的“是什么”来自己分析“为什么”和“怎么样”。一篇数千字上万字的文章，是很难对一款游戏进行全面描述的。由于信息的缺失，读者根据作者的描述进行判断，很可能会和事实有较大偏差。另一方面，不是每一个读者都有能力从作者描述的“是什么”中分析出“为什么”和“怎么样”。因此，作者更应该明确提出自己的观点。游戏评测，既然是“评”，就应该是议论文，而不是游戏说明书。

议论文和说明书的差别在哪里呢？很大程度上就在思路上和文章结构上的不同。议论文，应该主要由论点、论据和结论组成。在这里，我建议采用中学生的议论文格式，也就是象下面这样：

论点

分论点一 论证
分论点二 论证
.....
结论

我们可以看到，议论文的段落是按论点来分的，论据是为论点服务的，分论点是总论点服务的。分论点之间还应该是相互关联、相互支持的。

而说明书的结构一般如下：

游戏名
配置要求
画面
音乐
职业系统
经济系统
.....

我们可以看到，说明书的分段方法是分类，分类给人的好处就是能让人知道这个游戏包含了什么，但如果类别之间关联少，往往给人盲人摸象的感觉，看完全文也不知道这个游戏整体如何。如果作者在文章中是有观点的，往往同一个观点穿插在各个类别中。比如作者认为游戏难度过高，可能在练级方面要写到这个观点，在经济系统中要写到这个观点，在其他各个系统中都要写到这个观点，读者需要自己把这些分散在各处的观点整合起来才能总结出一个论点（而且并非每个读者都能做到）。这样，分析、总结的工作很大一部分交给了读者去完成。

从读者的目的出发，如果读者想知道的就是“是什么”、“为什么”和“怎么样”，那么我们就应该在文中直接告诉读者。显然议论文比说明文更适合用来达到这个目的。

2 写游戏评测的十二个要点

2.1 结论或主要观点要写在最前面

议论文有很多种写法，最学生气的写法可能就是开门见山。但是写游戏评测，需要的就是开门见山。因为我们的读者中很多是策划，甚至有企业领导，他们的工作都很忙，并不是每一个人都有时间仔细地看完全文，很可能有不少人看了一个开头，没有被吸引住就不看了。因此，将结论或主要观点写在最前面，有利于读者快速了解文章内容、快速判断这篇文章是否对他有价值，是否有读下去的必要，有利于节约读者的时间。

2.2 文字要简洁，观点要鲜明

记得有人说过：战胜你的敌人，或者把它绕晕。不过我们的读者不是我们的敌人，我们千万不要把读者绕晕。写评测，应该文字简洁，观点鲜明，切忌洋洋洒洒数万字，其中只有一小部分和主题有关。这不仅仅是为了节约读者的时间，同样也是为了清晰的表达我们要表达的观点。

所以，我们的评测文章不应该讨论和主题无关的内容。我们应该记住一句话：原因的原因未必是原因。

一方面我们不要说和主题无关的内容，另一方面我们也要尽量少说不重要的内容。游戏中的系统很多，如果事无巨细一一介绍，文章篇幅就会很长。我们应该只谈重要的、有讨论价值的设计，无论是设计好还是设计不好，都可以讨论。而对于平平淡淡的系统就没有必要去介绍和讨论。

2.3 要用整体性思维来思考

鲁迅说过：“倘若论文，最好的是顾及全篇，非目顾及作者全人，以及他所处的社会状况，这有较为确凿。”这里，鲁迅所持的就是一种整体评论观。

缺乏整体观是游戏评测文章常见的问题。有些评测文章，尽管有观点，但是这些观点是零散的。零散的观点不仅会导致盲人摸象，也很有可能提供错误的信息。比如我们发现某个游戏中的某个设计挺有创意的，也许有人就会认为这不错。但是，一个设计在这个游戏中是好的，在另一个游戏中未必是好的。这就需要我们考察这个设计在整体中起的作用，才能做出判断。

比如说，《梦幻西游》中玩家是手动升级而不是自动升级的，那是因为经验还有别的好处，比如用来升技能。如果《传奇》也采用手动升级，则不但毫无必要，反而失去了原来升级简单的优势。

我们不能因为某个成功的游戏中有某个设计，而推出这个设计就是好的；也不能说因为某个失败的游戏中有某个设计，而推出这个设计就是不好的。对游戏中的任何系统的评价必须放到游戏的整体中去评价，而不能孤立地评价。

2.4 要把游戏放到环境中去考察

对于游戏中的子系统、要素来说，游戏就是它们的环境；对于游戏来说，市场、社会就是它的环境。我们应该把游戏放到它的环境中考察，才能得出客观的结论。

比如说，在我们今天看来，《石器时代》是一款很糟糕的游戏，公测最初连帮会都没有，更谈不上帮战、城战，游戏中连交易系统都没有，玩家的交易无法保障，天天有人被骗。但是在当时的市场环境下，《石器时代》就是一款很好的游戏，因为玩家没有更好的选择。

再比如，《EQ》在西方是一个非常受欢迎的游戏，但是在中国却遭到了失败，《天堂》也是如此。其中的原因，和环境是分不开的。中国传统所说的天时、地利、人和指的就是环境对事物的影响。

2.5 要重点讨论事物之间的因果关系

一切关于“为什么”的讨论，讨论的都是事物之间的因果关系。我们对游戏的评论，就是提出自己对游戏因果关系的观点。比如我们要说这个游戏好，那么就必须回答这个“好”的原因是什么。如果我们不说原因就做评论，是难以服人的。

在评论游戏的时候，切忌把“游戏在线人数高”和“游戏营收高”当作游戏好的原因，因为这两点都是我们追求的目标，追求的结果，我们要分析的就是为什么在线人数高，为什么营收好。应该说，游戏好（或者其他原因，比如运营好）才是游戏在线人数高、游戏营收好的原因，而不是反过来。

同理，在评论游戏的其他方面的时候，当我们谈论了一个值得一提的现象的时候，都应该去寻找这个现象背后的原因，而不是停留在对现象的描述上。

2.6 切忌先了解游戏再玩游戏

很多高端玩家有一个习惯：玩游戏先看设置。在看过游戏有一些什么设置之后，大致也就了解这是一个怎么样的游戏了（因为设置中往往有关于操作的选项，也就了解这个游戏是如何操作了）。还有不少高端玩家喜欢先看官方网站的资料，了解了这个游戏的职业、技能等各方面的设定，甚至看了玩家写的攻略再去玩游戏，以达到少走弯路的目的。这些做法，对于一个游戏评测者来说是要不得的。

一个游戏的好坏，不仅仅取决于它的游戏性如何，很大程度上还取决于它的可玩性如何。游戏对玩家的指引是游戏可玩性的重要部分。对于中低端玩家来说，它们大多不会事先了解游戏设定再来玩，而是直接进入游戏，如果游戏设计的有问题，很可能玩家就不知道该怎么玩。比如，有一位从来不玩游戏的女同事在进入我们公司之前，被要求为了今后的工作而玩《梦幻西游》，她打了三个星期的海龟，原因是不知道需要手动升级。

象以上这种情况，对于高端玩家来说是不可想象的，对于习惯先看官网，习惯把一个个菜单都点下来，一个个 NPC 都跑下来的玩家来说是不太可能出现的。因此，他们也就无法通过试玩游戏来发现游戏设计中这类提示信息的缺失。

我的建议是：为了评测游戏，不要事先了解游戏，尽量以一个中低端玩家的心态来玩游戏，甚至 NPC 的对话也不应该仔细看，因为很多玩家就是不仔细看的，如果 NPC 交待的任务不看对话就不能做了，设计上就是有问题的。

2.7 不要被自己的喜好所左右

我们每个人在玩游戏的动机上都是有不同的倾向的，比如有些人倾向于探索，有喜人倾向于社交。而不同的游戏针对的用户群也可能不同，有些游戏可能倾向于探索，有些游戏倾向于社交。因此，如果评测者自己是一个喜欢探索而不喜欢社交的玩家，玩倾向于社交的游戏就可能会觉得不好玩，于是就得出错误的结论。因此，我们不应该仅凭自己的喜好来评价游戏的好坏，不能因为一款游戏自己不喜欢，就说它不好，也不能因为自己很喜欢而说它很好。当然，这不等于我们无法对一款游戏进行客观评价了。这种客观评价就需要一些理论支持。这里不细说。

同时，我们还可以去问一些其他的玩家，看他们对游戏的评价如何，如果能做一个访谈或调查，那么就能得出更准确、更客观的结论。

比如我们理论研究组内部，绝大多数人并不喜欢《征途》，但通过分析和调查，还是找到了《征途》人数多的原因。

2.8 避免读者价值观不同带来的误解

我们不应该简单的评价一个游戏好，或不好。因为对好坏的理解，每个人是不同的，这是一个关于价值观的问题。比如有些人认为只有高端玩家、有十几年游龄的玩家喜欢的游戏才是好游戏，而不管这个游戏实际人数如何、营收如何。而有些人却认为，评价游戏好坏的唯一标准就是在线人数。因此，如果我们的评价只是简单的好或不好，不同的人就可能产生不同的理解，从而发生误解。以什么为标准来判断好坏，其实是一个价值观问题。所谓价值观，就是人把周围的事物进行重要程度的排序。如果一个人把高端玩家对游戏的感受排在在线人数之前，它就会说《EQ》是个好游戏。可是，如果我们说《EQ》是个好游戏，另一种价值的观的人就会误解为《EQ》的在线人数会很好。

为了避免这种误解，我认为在用词上应该尽量避免读者因价值观不同而带来的误解。比如评价《EQ》，可以直接说它能满足高端玩家的需求，但在线人数不佳。

2.9 观点要和事实一致

对游戏的分析就难免要对游戏的在线人数或营收作出估计。如果游戏还没有上市，对游戏在线人数或营收的预估也无可厚非，如果游戏已经上市，那么我们应该尽量去了解这个游戏的实际情况如何，如果发现实际情况和我们的判断是不一致的，那么我们就要反思自己的判断错在什么地方，切不可将错就错掩耳盗铃。

2.10 要说真话，切忌用耸人听闻的观点吸引眼球

鲁迅说过：评论作品“必须坏处说坏，好处说好”。这指的就是要有实事求是的精神，要说真话。说真话往往就是淡而无味的，常常是意料之中的。但是即便如此，还是要说真话。

这个世界上什么样的信息最能吸引眼球呢？那就是告诉别人小概率事件发生了。所以，

耸人听闻的话哪怕是假话，也会吸引很多人的眼球。比如，我们宣称中国网络游戏市场马上就要不行了，两年之内 99% 的游戏公司都会倒闭。这样耸人听闻的消息肯定能吸引很多人的眼球。而且我们肯定能找到很多片面的证据来证明这个观点，比如从某个公司状况看出业内开发水平不行，从某些开发人员身上看出业内人员浮躁（都是片面的统计），指出某个公司搞价格竞争、恶性竞争等，最后就能堂而皇之的得出结论说，两年后中国游戏公司倒闭 99%。

以上这样的文章一定能吸引大量眼球，甚至能获得一些有情绪的业内人士的赞同，但是，如果写文章的目的只是为了吸引眼球，而不实事求是的分析，或不符合逻辑地推理，那么这样的文章多半最终会被人们遗忘。更糟糕的是，如果文章是提供给公司内部参考的，很可能它会导致很多人，很多部门做出错误的决定。

我们写评测，是为了提供正确的信息，哪怕这个信息很平庸，信息量很小，也是有价值的；如果信息本身是错误的，哪怕它再吸引眼球，它提供的价值也是负的。

2.11 20%的时间得出 80%的结论

在管理学中有一个说法：我们工作的 20% 的时间内做了 80% 的工作，剩下 80% 的时间在做 20% 的完善。游戏评测也是如此，我们在 20% 的时间内就可以得出 80% 的结论，剩下 80% 的时间得出 20% 的结论。

比如我们做《征途》的评测，在前一个星期内就得出了大部分结论，后面的三个星期得出了小部分的结论，虽然还对第一个星期的一些结论作出了修正，但是从整体来说，第一个星期的效率是最高的。

因此，我们试玩游戏在时间上应该有一个限度，把过多的时间花在同一款游戏上是不值得的。我的建议是，一般游戏可以用 2 周时间来试玩，包括写评测的时间。如果是重要的游戏评测，也不建议超过 1 个月。

虽然 2 周时间无法看出高等级玩家的玩法，但是，我们还是可以通过和玩家交流、访谈和调查等手段获得这些信息。

2.12 写出你的改进意见

虽然我们评测游戏往往不是我们自己公司的游戏，但是，作为一种借鉴和探讨，我们还是应该写出对这个游戏的改进意见。

对游戏的改进意见应该基于客观条件，比如一款已经公测的游戏，我们不能提出无数意见结果相当于要求重做一个游戏，而是应该提出最高效的，最少的工作量解决最大问题的改进意见，并且应该提出短期、中期和长期的改进方法和方向。

3 总结

总的来说，好的游戏评测的应该有以下特性：整体性、简洁性、客观性。并且我们应该清楚我们的目的：让读者以尽量小的代价获得尽量大的真实信息。