



Green Product Award

评选标准

目录

I. 提交	2
II. 费用	4
II. 绿色产品奖评审标准	4
1. 总体印象	4
1.1 靠近	4
1.2 发展	4
1.3 结果	4
2. 产品特异性评估	5
2.1 设计	5
2.2 创新	6
2.3 可持续性	7



I. 提交

提交是在线的。关于展品的提供，将联系最佳概念。

如需提交，请按以下步骤操作：

- I. 在网站上注册 - <https://www.gp-award.com/zh/auth/register>
- II. 联系方式 - 完成您的数据。
- III. 提交

输入您提交的信息，并提供以下详细信息：

1) 参赛类别

请选择您参赛作品的类别：

- 产品/ 服务（已上市）

2) 单元

请选择您参赛作品的单元：（只选一个）

- 厨房
- 家居
- 卫浴
- 时尚
- 户外
- 移动
- 材料
- 建筑
- 消费品
- 自由风格
- 电子产品
- 儿童世界
- 工作环境

3) 名称/职称

为您的作品选择一个名字（不是作品简介，名字最长 30 个字符），输入作品名字，分别用母语和英语。

4) 简要说明

您提交的作品哪些方面是可持续和创新的？请为您提交的作品写一个简明扼要的简介。请注意，此作品简介也将用于大众奖评选。最多可使用 600 个字符（包括空格字符）。我们需要一篇母语的和一篇英语的简介。

5) 详细说明



Green Product Award

最重要的一步：评审委员会将按照设计，创新和可持续性的标准评估您提交的作品。您可以使用 7.500 个字符（包括空格字符）来描述您的作品。我们需要一篇母语的和一篇英语的详细说明。

6) 图片

文件必须可以打印（1 到 30 MB，300dpi，jpg）和纵横比例（2880 x 1800px）

a. 媒体图片

对于媒体图片，请上传一个充分描述您的概念的吸引人的图像，并代表自己。

b. 更多图片

为了获得更深的印象，您可以上传更多的图片如包装（产品）或平台/使用（服务）以及设计师的图片。

7) 演示文稿

您可以在此处上传产品演示文稿（PDF，PowerPoint，...）。

6 积分

信息（公司/集团，设计师，网站）将用作提交的凭据

a. 公司/集团名称

b. 公司/集团肖像

为媒体和媒体使用添加公司/群组肖像（背景故事，使命，愿景，设计师的肖像.....）。最多可使用 600 个字符（包括空格字符）。我们需要一个您母语的肖像和一个英文的肖像。

c. 设计师

d. 网站链接

如果您的产品/服务有网上链接，请您将作品相应网址（例如视频，网页）的链接写出来。

8. 社交媒体标签

添加社交媒体标记以获得更多可见性

9. 您对商店列表感兴趣吗？

10. 上传价格表（不是必须的）

11. 作品尺寸测量（高度，宽度，长度，cm）

12. 重量（kg）

在提交您的作品之前，请检查资料是否完整。您提交的内容在发送后无法修改！

请注意：

- 您可提交的作品数量是无限的。
- 每提交一个作品都会算一次参赛费，参赛费根据您的类别确定（概念类作品，初创企业或成熟企业）
- 每一位参赛者都有一个在比赛期间使用的个人 ID。
- 缴费通知将通过电子邮件发送给您



Green Product Award

- 如果您计划提交超过五个作品，我们可以为您提供参赛费折扣。为此，请在提交作品之前联系我们！

II. 费用

- 每次提交产生的选择费用。
- 金额取决于您的状态：
- 950 , - € 专业人员的正常费用，
- 400 , - € 降低新手的费用。
- 要获得免征增值税（例如来自欧盟 - 国外），我们需要您的销售税 ID 或声明您免征增值税
- 您将通过电子邮件收到发票

如果有问题或建议，请通过电子邮件联系我们 service@gp-award.com 或电话：+49 30 25 74 28 80. 我们非常乐意帮助您，并会尽快给您回复。

II. 绿色产品奖评审标准

每个提交的选择都会收到 3 个陪审员的评级。所有的总体评分，加上每个特定主题评分。您将在下面找到指导陪审团评估的标准。在透明度方面，我们在下面列出了这些标准。特别是，特定主题的标准作为为陪审团提供背景信息的方向（陪审团文本长）。当然，详细点不是同样适用于所有产品，但这个想法应该是清楚的。

1. 总体印象

所有的评审团专家从靠近，发展和结果三个方面对参赛作品进行评估：

1.1 靠近

- 原创性
- 质量
- 可替代性
- 可信度

1.2 发展

- 分析的复杂性
- 详细阐述
- 参考文献，包括认证（如可提供的）

1.3 结果

- 对环境改善的影响



Green Product Award

- 对使用行为及/或生产条件的改善
- 推广潜力

2. 产品特异性评估

2.1 设计

优秀的设计为产品本身代言。一个智能设计的产品从众多产品中中脱颖而出，创造更多价值，既增加其传播性，又唤起人们与之接触的兴趣。这样的兴趣又引起了人们对产品可持续性的关注。这种可持续性是否是设计本身的一个特征，仍然由个别设计师自行决定。

目标：设计，功能和使用

a. 美学

可能的方面或特点：

- 设计演变或革命
- 引人注目
- 设计语言
- 价值获得
- 触觉
- 信任建设

b. 使用 & 功能

- 相关性
- 满足现有需求（新的或更好的）
- 人体工程学
- 辅助功能
- 了解使用情况
- 功能性
- 可靠性
- 用户参与度
- 可定制性
- 与其他产品的兼容性
- 支持不同场合的使用

c. 包装

- 减少/消除



Green Product Award

- 环保材料的使用
- 将成为或已经成为产品的一部分
- 重复使用或替代的可能性

d. 交流

- 创造可持续性的可见性
- 所使用的材料和部件的信息（标签）
- 认证注意事项
- 说明和信息的属性和效果
- 交流激活

2.2 创新

我们能否想象不可能？我们认为：新的想法和产品只有在我们质疑既定的做事方式时才有可能实现。无论是针对制造过程中固有的问题或新的消费习惯，概念，功能或服务的专门技术解决方案，创新可以采取多种形式。每个方面都关注用户的具体需求。我们相信消费者只会使用产品他们信任的产品。

目标：创新程度

关键问题：产品/服务是否通过使用特定流程提供改进或创新，是社会还是商业创新，以及在多大程度上是技术创新？

a. 创新的重要性

- 作品是否解决了问题？
 - 为客户
 - 为公司
 - 为环境
 - 一般（基于可持续发展目标）

b. 创新度

- 产品的创新主要体现在…？
 - 基本创新
 - 改善
 - 调适
 - 模仿
- 提交的内容是否需要保护（在知识产权意义上）？



Green Product Award

c. 创新范围

- 在世界上没有的
- 在行业没有的

2.3 可持续性

我们认为可持续产品和服务在各个设计和创新的部分集中以及整体印象中已经有激烈的发展了。所以在这阶段我们想简便的解释一些可持续性的基础。

目标：评估方法和实施可持续性。

关键问题：产品/服务是可持续的吗？产品/服务设计已经实施了多详细？

a. 材料

- 可持续使用原料
- 通过替换更环保的材料
- 本地生产和加工
- 环境兼容性
- 努力未混合的材料使用
- 安全性
- 减轻重量
- 可回收较低的内在动力

b. 生命周期

- 概念/预生产
 - 产品来源（回收，修理等）
 - 专注于改变或优化
- 生产
 - 材料的使用方法
 - 资源节约型的生产过程
 - DIY
 - 能源效率
 - 足迹：减少二氧化碳排放量，气候中立生产，水和能源的消耗
 - 污染和废物预防/减少
- 分销和销售
 - 供应的性质和方法
 - 地区的重要性
 - 包装



Green Product Award

- 使用
 - 是否能修复/更新
 - 效果，例如 减少消费（二氧化碳，水，能源等）

- 重复使用/寿命终止
 - 可回收性
 - 重用概念
 - 闭路

- c. 人类
 - 遵守国际劳工组织核心劳工标准（例如公平的工作条件和价格）
 - 无危险的加工和涂层
 - 社会和自我组织