



GREEN PRODUCT AWARD · GREEN CONCEPT AWARD

完整评审规则

说明两个奖项如何运营和评估、需要提供哪些证据，以及标识和奖项徽章的使用方式。

版本

1

最近更新

07.07.2026

运营方

White Lobster GmbH &
Co. KG

评估机构

Green Future Club gUG

目录

目的与监管背景	1	08 证据要求	9
01 体系角色与职责	1	09 奖项徽章认可：Audience Award 与 Editor's Choice	10
02 关键术语	2		
03 参赛资格、奖项路径与类别	3	10 标识使用规则与奖项徽章使用规则	10
04 报名、评估与认证流程	4	11 标识证书记录	13
05 评估独立性与验证	4	12 费用与评估中立性	14
06 评审标准与评分	5	13 可选服务的独立性	14
07 分数计算、门槛与协调评议	8	14 体系规则的审查	14

目的与监管背景

本完整规则文件说明 Green Product Award 和 Green Concept Award 的规则与运营方式，包括如何评估参赛作品、如何区分评审团认可与公众/编辑认可、需要提供哪些证据、两种标识如何使用，以及 Audience Award 和 Editor's Choice 奖项认可如何对外传播。其目的在于让参赛者、证书持有人、徽章使用者、消费者、竞争者和主管部门清楚了解本体系。

本规则参照欧盟第 2024/825 号指令（关于赋能消费者实现绿色转型）制定和维护。本体系旨在支持透明、公平、无歧视且经独立评估的可持续标签使用。本文件不构成法律建议，也不保证任何参赛者、产品、服务、流程、概念或声明符合法律要求。

标识与奖项徽章

本体系明确区分标识与奖项徽章。Green Product Award 标识和 Green Concept Award 标识是本体系中仅有的两种标识，均与证书记录及二维码或网页验证相关联。Audience Award 和 Editor's Choice 是通过外观明显不同的奖项徽章展示的奖项认可；它们不是标识，没有标识证书或二维码验证，不得用作产品可持续性证明、法律合规认可或企业整体认证。

01 体系角色与职责

本体系将运营、评估、认证、评审团评审、参赛者和可选服务相互分开。评估决定不受商业关系或推广服务的影响。

职能	主体	职责
体系所有者 / 运营方 / 标识与徽章授权方	White Lobster GmbH & Co. KG / Green Product Award	运营奖项平台，负责传播、活动、参赛者关系、标识使用许可和奖项徽章使用许可。不作出个别评估或认证决定。
评估与认证机构	Green Future Club gUG	制定并监督评审标准，依据已公布的体系规则协调专家评估和合规监督，记录认证结果，并独立于参赛者和商业服务管理监督、续期、更正、暂停和撤销程序。
评审团	由 Green Future Club gUG (GFC) 作为负责机构任命和协调的独立专家	依据已公布的评审标准评审符合条件的参赛作品，并遵守专业能力、利益冲突和回避规则。每件符合条件的参赛作品至少由两名评审评估；必要时，可在意见分歧、结果接近或证据存疑时引入第三名评审或协调评议。
参赛者 / 标识使用者 / 徽章使用者	企业、初创企业、学生、毕业生、设计师或其他符合条件的参赛者	通过在线系统提交信息。仅可在获奖对象、奖项路径、类别、有效期范围内并按照标识使用规则使用标识。仅可将 Audience Award 或 Editor's Choice 徽章作为所获的具体奖项认可使用，并遵守徽章使用限制。
可选服务	White Lobster / GPA 提供的咨询、曝光、报名支持、传播、在线学习或产品准备服务	可选服务与评估和认证决定相互独立。为某一参赛者提供咨询或报名支持服务的人员，不得参与该参赛者的评估、协调评议、监督和认证决定。

认证决定由 Green Future Club gUG 负责，并通过有据可查的评估和认证程序作出。White Lobster GmbH & Co. KG 作为奖项运营方和商业服务提供方，无权更改评审评分、认证决定、监督结果、暂停决定或撤销决定。

体系运营方与评估机构之间的任何所有权、管理或运营关系，均通过有据可查的利益冲突管控、职责分离、决定记录以及将商业人员排除在认证决定之外等方式进行管理。

02 关键术语

术语	含义
奖项认可	通过评奖流程授予的认可，例如入围者、获奖者、Audience Award 或 Editor's Choice。仅获得奖项认可并不自动产生使用标识的权利。
Green Product Award 标识	适用于已上市产品或服务的标识，这些产品或服务已依据公布的评审标准接受评估，并满足相应的评分、可持续性、证据、有效期和监督要求。该标识与证书记录及二维码或网页验证相关联。
Green Concept Award 标识	适用于尚未上市概念的标识。它认可所提交的概念在受评估时所处的概念阶段，是对概念的奖项认可，而不是产品上市认证，也不是已上市产品的可持续性证明。
奖项徽章	用于 Audience Award 或 Editor's Choice 认可、外观明显不同的徽章。奖项徽章不是标识（见第 9 节）。
奖项路径	在证书记录或奖项传播中写明的、经评估和认可的具体产品、服务或概念。

术语	含义
获奖范围	证书记录中写明的获奖对象，连同奖项路径、奖项类别和认可等级，例如 Green Product Award、消费品、入围者或获奖者。它不代表对包装、材料、部件或企业整体的技术认证。
证书记录	为使用 Green Product Award 标识和 Green Concept Award 标识而签发的验证记录。其中注明获奖项目名称、奖项路径、类别、认可等级、评审标准版本、有效期、签发方和验证二维码。
有效期	Green Product Award 标识自证书记录所注日期起有效 12 个月，另有明确规定的除外。继续使用需续期或重新审核。Green Concept Award 标识的使用仅限于受评估的概念阶段（见第 10.6 节）。
入围者 / 获奖者	Green Product Award 或 Green Concept Award 的认可等级。
Audience Award 徽章	通过公众投票产生的奖项徽章，反映公众在符合条件、经评审团选出的入围者中的偏好。它不是标识。
Editor's Choice 徽章	由奖项编辑团队独立于评审评分和公众投票选出的编辑奖项徽章。它不是标识。

03 参赛资格、奖项路径与类别

参赛资格适用于两个由评审团评估的奖项路径：Green Product Award 和 Green Concept Award。Audience Award 和 Editor's Choice 不是独立的奖项路径，而是第 9 节所述的附加奖项徽章认可。

3.1 Green Product Award

Green Product Award 面向已上市的产品或服务。参赛者可包括企业、初创企业和其他符合条件的组织，提交具体产品或服务，依据公布的评审标准接受评估。

Green Product Award 由评审团依据公布的评审标准进行评审，可获得入围者或获奖者认可。只有当所提交的产品或服务同时满足相应的评分、可持续性、证据、有效期和监督要求时，方可使用 Green Product Award 标识。标识的适用范围和限制见第 10 节。

3.2 Green Concept Award

Green Concept Award 面向尚未上市的概念。参赛者可包括企业、初创企业、青年设计师、学生和毕业生，提交处于特定开发阶段的概念。

Green Concept Award 由评审团依据公布的评审标准进行评审，可获得入围者或获奖者认可。Green Concept Award 标识认可所提交概念在受评估时所处的阶段。它是对概念阶段的奖项认可，而不是产品上市认证，也不是已上市产品的可持续性证明。概念日后上市的情况见第 10.6 节。

3.3 奖项类别

类别

建筑	建筑设计	消费品	倡议与服务	室内和生活方式	儿童	厨房	出行	新材料	包装
个人护理	体育	办公室							

相应类别在报名过程中注明，并在适用时写入证书记录。

04 报名、评估与认证流程

1 发布征集

体系发布作品征集公告，包括相关日期、参赛者类型、费用、类别、评审标准版本和报名途径。

2 标准化在线报名

参赛者通过标准化在线表格报名。提交的信息存储在奖项数据库中，是评估的主要依据。

3 形式完整性审核

主办方审核参赛作品的形式完整性和参赛资格。在评估前，可邀请或允许参赛者优化、澄清或补充报名材料。

4 证据审核

依据公布的评审标准审核所提交的信息、文件和证据。没有依据的声明不被视为对标识相关声明的证实。

5 独立评审团评估

每件符合条件的参赛作品至少由两名评审通过在线评估系统进行评估。评审对每项标准给出 0 至 8 分。评分、个人评语、平均加权分和评审评语均作为评估记录保存。

6 Green Product Award 标识资格审核

完成奖项评分后，另行审核 Green Product Award 标识资格，审核内容包括获奖对象、奖项类别、可持续性门槛、证实规则、有效期、监督和标识使用条件。

7 公众投票 / Audience Award 徽章

公众投票单独进行，可在符合条件、经评审团选出的入围者中决定 Audience Award 徽章。公众投票不决定评审评分、基于评审标准的入围者或获奖者资格，也不决定 Green Product Award 标识资格。

8 协调评议与接近结果的决定

可召开现场评审、年度专家会议和/或线上会议，讨论分数接近、评审之间存在明显分歧、证据存疑、类别归属、前后不一致或处于边界的决定。协调评议用于澄清评审标准的应用，不取代已公布的评审标准。

9 结果与记录

Green Product Award 或 Green Concept Award 的入围者和获奖者将获得证书记录，其中注明获奖对象、奖项路径、类别、认可等级、有效期或概念状态、二维码/验证链接、标识使用指南和允许使用的措辞。Audience Award 和 Editor's Choice 的获奖者获得奖项徽章传播指南，而非标识证书。

05 评估独立性与验证

验证依据的是有据可查的程序、评估人员的专业能力、利益冲突管控、保存的评估记录和公开的评审标准，而不是参赛者没有依据的自我声明。

评审团汇集了来自设计、可持续发展、商业和科学领域的国际专家。他们的多元视角有助于作出平衡的评估和反馈。评审团的专业能力通过评估人员能力矩阵、评审团任命政策、利益冲突声明和回避记录加以记录。

5.1 利益冲突与回避

- 评审团成员和参与评估的人员必须披露与参赛者或参赛作品之间的个人、商业、咨询或其他相关关系。
- 与某一参赛者存在利益冲突的任何人，均不得参与该参赛者的评估、评审团讨论、监督和认证决定。
- 为某一参赛者提供过咨询或报名支持服务的人员，不得承担该参赛者的评估和认证职能。
- 评估记录与商业、咨询和推广活动分开保存。
- 对于每件参赛作品，体系都会记录：是否购买了任何可选服务、由谁提供、因此需回避的评估人员、评审和认证决策人员、由谁评估该项目、个人及平均加权分，以及用于传播的经批准的评审评语。

5.2 专业能力与独立性文件

Green Future Club gUG 必须为本体系维护一套有据可查的专业能力与独立性文件包。该文件包必须包括评审标准版本、评估人员遴选逻辑、评审团任命政策、评估人员能力矩阵、利益冲突声明、回避记录、评估记录、认证决定记录、监督流程以及更正、暂停或撤销程序。

本体系的要求和评审标准在相关专家和利益相关方的参与下进行审查，包括评审专家，并在适当时纳入可持续发展、设计、商业、科学、消费者传播和产品行业方面的专业知识。评估机构保存评审标准重大审查和更新的记录。

如采用外部认可的验证方或独立验证机构，须在相关体系文件或证书记录中注明其角色。如未采用外部认可，本体系仍须能够证明其具备有据可查的专业能力、独立性、第三方评估和客观监督程序。

06 评审标准与评分

每件参赛作品按七项标准进行评估。每项标准给出 0 至 8 个基础分，然后按第 7 节的规定加权。子标准用于指导评估；除非另有明确规定，各子标准不自动等权。最终得分反映评审团对所提交材料和佐证证据的评估。

#	评审标准	核心问题 / 作用	权重
1	整体思路	构想是否清晰、可信、有原创性且切题？	×1
2	完善程度	项目是否经过充分研究、开发和证实？	×1
3	影响	是否在明确的影响边界内带来有意义的环境、社会、用户或系统性效益？	×1
4	市场	目标市场是否清晰，是否具备可信的需求、竞争定位和规模化潜力？	×0.5
5	设计	在美学、功能、包装、可用性和传达方面是否设计出色？	×1
6	创新	是否带来有意义的新颖性、改进或新应用？	×0.5
7	可持续性	可持续效益是否具体、着眼于全生命周期并有证据支持？该标准对 Green Product Award 标识资格具有强制性的把关作用。	×2

6.1 通用评分标准

分数	含义
0	未涉及，或无法根据所提交信息进行评估。

分数	含义
1-2	 非常薄弱，几乎没有证实，相关性很低，或仅为笼统声明。
3-4	 扎实；易于理解、可以评估，并为该标准提供了清晰的依据。
5-6	 良好；易于理解，并有相称的证据支持。
7	 非常出色；证据充分、切题，落实令人信服。
8	 卓越；格外清晰、证据充分，是该标准的典范。

6.2 各项标准详解

整体思路（0-8）

- 所提交产品、服务、流程或概念及其所解决问题的清晰度
- 所解决问题在所报奖项类别中的相关性
- 根据所提交信息判断的解决方案的可信度
- 思路的原创性，前提是与明确的产品、服务、流程或概念贡献相关
- 概念表述的质量和一致性，包括区分事实、假设和预期结果
- 可复制性或可推广性，前提是有所声明并有所提交材料支持
- 整体思路与提交评估的具体对象之间的明确联系

注 该标准用于奖项评审。它本身不能证实环境或社会表现。

完善程度（0-8）

- 所提交产品、服务、流程或概念背后研究与开发的深度
- 产品、服务、流程或概念在所提交阶段的开发完整程度
- 所提交文件的质量、可追溯性和相关性
- 证据基础，例如认证、检测报告、LCA、EPD、材料数据、供应商证明、计算、技术文件或类似证据
- 根据所提交信息判断的技术可行性
- 对假设、局限、排除事项和开发阶段的透明说明
- 所提交声明、佐证证据与受评估对象之间的明确联系

注 高分要求提供针对所提交产品、服务、流程或概念的具体文件；如证据属于类别层面、供应商层面或具有代表性，须作出清楚说明。

影响（0-8）

- 环境改善，前提是所声称的改善具体且与所提交对象相关
- 社会或工作条件改善（如适用），并有适当证据或说明支持
- 用户行为改善，前提是对机制和预期效益作出清楚说明
- 生产条件改善，前提是明确相关生产阶段和证据依据
- 分销、采用或规模化潜力，前提是与所声称的影响相关，而不是本身被视为影响

- 系统层面的相关性，前提是对相关系统边界作出说明
- 影响边界的清晰度，例如产品、包装、生产、服务提供、使用阶段或生命周期末端
- 对相关权衡的考虑，包括某一方面的效益是否可能在另一生命周期阶段造成负面影响

注 影响声明必须具体、界定范围并有相称的支持。仅有宽泛或愿景式的影响陈述，不足以作为标识相关的证实。

市场 (0-8)

- 目标市场和目标用户的清晰度
- 所提交产品、服务、流程或概念需求的可信度
- 竞争定位与差异化
- 规模化、分销或被采用的潜力
- 上市或推广路径的现实性
- 所提交对象与其目标市场或使用情境的契合度

注 该标准评估市场环境和推广潜力。它不评估也不保证盈利能力、投资回报、商业成功、法律合规或可持续表现。

设计 (0-8)

- 美学品质、视觉语言、整体协调、材料表现和吸引力
- 可用性和无障碍性
- 功能性和人体工学
- 包装设计（如适用），包括减量、重复使用、补充装、取消包装、材料选择和与产品系统的整合
- 传达的清晰度，包括正确使用、保养、维修或处置信息，且不夸大可持续性声明
- 支持更长使用寿命、更少浪费或更负责任消费的体验和行为，前提是对机制作出说明
- 设计特性与所声称可持续效益之间的一致性

注 仅凭设计质量不能证实环境或社会表现。只有当与可持续性相关的设计特性所声称的效益具体、界定范围并有相称证据支持时，才有助于获得标识资格。

创新 (0-8)

- 在相关行业、市场、产品类别或使用情境中的新颖性
- 创新所解决问题的重要性
- 材料、技术、流程、服务、社会或商业模式方面的创新
- 超越单一细分领域的适用性（如有声明）
- 根据所提交信息判断的实施可行性
- 相较现有替代方案的改进，前提是对比较基础作出说明
- 与可持续转型的相关性，前提是清楚说明其与环境、社会或循环效益的联系

注 仅有新颖性不足以使用可持续标签。只有当参赛者说明并证实创新如何支持某项具体的可持续相关效益时，创新才有助于获得标识资格。

可持续性 (0-8)

- 材料与采购，包括任何材料相关声明的依据
- 更安全的替代，前提是明确被替代的物质、材料或工艺以及由此带来的效益
- 再生、可再生或负责任采购的成分，前提是有适当证明支持
- 生产影响，包括能源、水、排放、化学品和废弃物（与所提交对象相关时）
- 供应链透明度，包括可获得的供应商信息水平
- 耐用性、可维修性和可升级性，前提是有所声明，并有产品信息、检测、保修条款、备件信息或类似证据支持
- 使用阶段影响，前提是对使用场景和所声称效益作出说明
- 生命周期末端，包括重复使用、回收、回收计划、可堆肥性或可生物降解性，仅限提供了相关条件和证据的情况
- 社会条件与公平生产，前提是有所声明并有适当文件支持
- 证据质量与声明证实，包括主要可持续效益是否具体、界定范围并有相称支持
- 可持续性声明、所提交证据、奖项类别与允许的标识传播之间的一致性

注 可持续性标准具有把关作用：使用 Green Product Award 标识至少需要 8 个基础分中的 3 分；获得获奖者资格至少需要 5 分，且不得存在重大证实缺口（见第 7 节）。

07 分数计算、门槛与协调评议

每件符合条件的参赛作品至少由两名评审评估。每项标准给出 0 至 8 个基础分，通常根据各评审的评分计算得出，然后加权得出最终得分。评估结果和认证记录以该加权平均值为依据。

各标准的权重如下：创新和市场的权重各为 0.5；可持续性的权重为 2.0；整体思路、完善程度、影响和设计的权重各为 1.0。由此得出的加权总分最高为 56 分。

评审标准	权重	最高分	
整体思路	×1	8	
完善程度	×1	8	
影响	×1	8	
市场	×0.5	4	
设计	×1	8	
创新	×0.5	4	
可持续性	×2	16	
加权总分上限		56	

标识资格

 $\geq 3 / 8$

可持续性基础分

入围者

 $\geq 18 / 56$

且为该类别最高分

获奖者

 $\geq 40 / 56$ 该类别最高分，可持续性 $\geq 5 / 8$ ，且无重大证实缺口

- 某一类别的入围者资格授予该类别中得分最高的作品，前提是其得分至少达到 56 分中的 18 分。如果没有参赛作品达到该最低分，则该类别可不设入围者。
- 某一类别的获奖者资格要求：在该类别中得分最高、总分至少达到 56 分中的 40 分、在可持续性标准中至少获得 8 个基础分中的 5 分，且不存在重大的可持续性证实缺口。如果没有参赛作品满足上述要求，则该类别可不设获奖者。

可持续性门槛与获奖者证实规则

Green Product Award 标识资格要求可持续性得分至少达到 8 个基础分中的 3 分，与加权总分无关。该最低资格线防止在可持续性无法评估、非常薄弱、几乎没有证实或仅为笼统声明的情况下使用标识。获奖者资格要求可持续性至少获得 8 个基础分中的 5 分，且不存在重大证实缺口。

如果参赛作品所传达的主要可持续效益缺乏依据、含糊不清、明显夸大，或与所提交产品或服务以及所注明的奖项类别或认可类型联系不足，即视为存在重大证实缺口。

整体思路、市场、设计或创新方面的得分，不能弥补低于最低门槛的可持续性得分，也不能弥补主要可持续效益方面的重大证实缺口。

对于分数接近或存在分歧的情况，可按第 4 节所述进行协调评议；协调评议不取代已公布的评审标准。

08 证据要求

可持续性和影响的评分以证实为基础。每项环境或社会声明都必须有与之相适应、相称的文件支持。声明越强、范围越广，所需证据就越充分。

- 可接受的证据包括 LCA、EPD、实验室或性能检测、供应商声明、产销监管链记录、再生成分证明、材料安全数据、可维修性文件、第三方认证、审核报告及类似文件。
- 证据不必对每个参赛者或类别都相同，但必须与声明相称，并与所提交对象的成熟程度相适应。
- 没有相称证据的声明，不被视为对标识相关声明的证实。
- 没有依据、含糊不清或夸大的声明将触发有记录的审查，并可能视严重程度降低相关标准的得分或导致不具备标识资格。
- 无法证实的声明必须排除在评估之外，且不得在允许使用的标识措辞中重复出现。

仅限具体且界定范围的声明

参赛者和标识使用者必须说明所声称的是哪项特性、适用于什么范围以及有哪些证据支持。除非在同一传播语境中清楚说明确切范围和证实依据，否则不得将“绿色”“环保”或“可持续”等孤立词语用作笼统声明。

09 奖项徽章认可：Audience Award 与 Editor's Choice

Audience Award 和 Editor's Choice 是通过外观明显不同的奖项徽章展示的附加奖项认可。它们不是 Green Product Award 标识或 Green Concept Award 标识，没有标识证书或二维码验证，也不影响评审评分、类别排名、入围者资格、获奖者资格或 Green Product Award 标识资格。

要获得 Audience Award 或 Editor's Choice 资格，参赛作品至少须获得评审团选出的入围者资格。这一资格要求并不使奖项徽章成为标识。

9.1 Audience Award 徽章

Audience Award 基于对符合条件、经评审团选出的入围者进行的公众投票。它反映公众偏好，在符合条件的入围者中表彰最受欢迎的产品和最受欢迎的概念。

9.2 Editor's Choice 徽章

Editor's Choice 由奖项编辑团队独立于评审评分和公众投票选出，表彰特别切题、富有启发、契合时代或极具传播力的参赛作品。

9.3 奖项徽章的传播与限制

每种徽章只能作为所获得的具体认可（公众投票或编辑评选）进行传播，可用于奖项公告、新闻媒体、社交媒体、企业新闻、演示文稿、获奖传播及类似传播，但须清楚注明认可类型。不得用作产品可持续性证明、法律合规认可、企业整体认证、产品上市认证或对其他产品或服务的认可。

在面向消费者的产品营销中，奖项徽章的使用方式不得暗示其具有 Green Product Award 标识地位、法律合规认可、企业整体认证或对其他产品或服务的认可。

奖项徽章必须在外观上与 Green Product Award 标识和 Green Concept Award 标识明显区分。在任何使用徽章的地方，认可类型（例如“Audience Award”或“Editor's Choice”）都必须清晰可见。

10 标识使用规则与奖项徽章使用规则

约束性规则

Green Product Award 标识和 Green Concept Award 标识是本体系统中仅有的两种标识。标识仅授权用于证书记录中写明的获奖产品、服务或概念，且限于其中注明的奖项路径、类别、认可等级以及有效期或概念状态。Audience Award 和 Editor's Choice 徽章适用第 9 节。

10.1 标识范围、二维码验证与有效期

Green Product Award 标识只能在证书记录所注明的有效期内使用。有效期届满后必须停止使用，除非已依据届时适用的评审标准续期或重新审核。

标识只能指向写明的获奖对象、奖项路径、类别和认可等级，不得用于其他产品、产品系列或企业整体，也不得作为企业整体可持续性认证展示。标识不代表符合欧盟或国家法律：不得将其描述为可使产品符合欧盟要求或保证符合监管要求。

在直接面向消费者的产品传播中（包括包装、在线产品页面或销售点材料）使用 Green Product Award 标识时，必须同时附上二维码、直接链接或清晰可见的指引，指向获奖项目页面、证书记录或评审标准页面，技术上无法实现的除外。

为标识签发的证书记录必须包含指向评审标准页面或证书记录的二维码链接或网页链接，以便查阅适用的体系规则。

另有一份关于标识和徽章使用的文件，附有视觉示例，为获奖者提供实用指南。该文件必须展示 Green Product Award 标识、Green Concept Award 标识、Audience Award 徽章和 Editor's Choice 徽章的不同视觉处理方式，包括面向消费者的允许用法和禁止用法。

10.2 允许使用的标识与徽章措辞

使用类型	允许使用的措辞示例
Green Product Award 入围标识	"Green Product Award [年份] 入围者，类别 [X]"
Green Product Award 获奖标识	"Green Product Award [年份] 获奖者，类别 [X]"
Green Concept Award 标识	"Green Concept Award [年份] 入围者，类别 [X]" / "Green Concept Award [年份] 获奖者，类别 [X]"
Audience Award 徽章 / Editor's Choice 徽章	"Green Product Award [年份] Audience Award 获奖者"或"Green Product Award [年份] Editor's Choice"，并清楚显示徽章的认可类型。

10.3 禁止或有风险的措辞

✗ 避免	✓ 改用
无限期使用标识或奖项徽章	仅在适用的有效期内或概念阶段许可范围内使用标识，并仅将奖项徽章作为所获得的具体认可使用。
"面向未来的欧盟法规" / "确保符合未来欧盟标准"	依据已公布的 GPA 评审标准进行评估，这些标准参考了现行及即将实施的欧盟可持续性传播要求。不保证符合法律要求。
将"经认证的可持续产品"用作笼统声明	使用 Green Product Award 标识时，应说明所写明的产品或服务已依据公布的评审标准接受评估，并满足相应的评分、可持续性和证据要求。任何与可持续性相关的陈述都必须具体，并有相称证据支持。
将"绿色 / 可持续 / 环保"用作孤立声明	使用具体、限于获奖范围并有证据支持的陈述。避免使用"绿色" "环保"或"可持续"等宽泛的孤立措辞。
将 Audience Award 或 Editor's Choice 当作产品标识使用	仅作为奖项徽章传播使用，并清楚显示认可类型（见第 9 节）。

10.4 标识重大变更告知义务、监督与撤销

如果在适用的标识使用期内，获奖作品所依据的材料、供应商、生产方法、包装、声明或证据发生重大变化，Green Product Award 标识和 Green Concept Award 标识持有人必须告知评估机构。

虚假、误导或没有依据的证据，超出所注明的奖项路径、类别、认可等级或允许的标识或徽章使用情境的使用、误导性使用、未告知重大变更、到期未续期或未通过监督审查，均将触发有记录的审查，并可能视严重程度导致更正、暂停或撤销。

监督由 Green Future Club gUG 协调，在有效期内至少每年进行一次，包括在年度专家审查周期前后进行，并另外根据风险开展，包括投诉、重大变更通知、公开声明审查以及对标识实际使用情况的抽查。监督可由具备相关能力的合格评审专家或评估人员参与。监督结果（包括更正、暂停或撤销决定）与商业性奖项运营分开记录。

所有有效的 Green Product Award 标识和 Green Concept Award 标识均须接受年度状态审查。续期申请人自到期或收到续期邀请之日起（视情况而定）有两个月时间提出申请并提交续期审查所需材料。

如果标识被暂停或撤销，公开的证书记录将在 14 个工作日内更新。标识使用者必须在 14 个工作日内删除或更正数字化使用，并在评估机构批准的规定清货期或更正期内处理实物使用。

在暂停、撤销或到期后继续进行实物使用的，依据适用的标识许可、参赛条款和执行程序处理，可能包括更正要求、清货限制、合同约定费用或其他经合同约定的执行措施。

10.5 投诉与申诉

参赛者可通过公布的联系渠道 service@gp-award.com 就评估提出投诉或就认证决定提出申诉。投诉和申诉依据体系规则处理，并与商业和推广活动相互独立。

10.6 Green Concept Award 标识的使用

Green Concept Award 认可仅适用于所提交概念在受评估时所处的阶段。历史认可可以无期限地继续列示，前提是其始终与受评估的概念、获奖年份和概念状态保持明确关联。

Green Concept Award 标识的任何商业使用仅限于有关受评估概念的传播，不得用于已上市产品或其直接销售传播，除非该已上市产品或服务已另行通过 Green Product Award 路径接受评估。

如果获认可的概念进入市场，Green Concept Award 标识在该已上市产品或服务上的产品层面使用即告失效。该对象须报名参加 Green Product Award，之后方可在产品层面使用 Green Product Award 标识。

就此而言，当概念被用于直接销售、预订、付费预约、众筹销售、电商平台上架或类似的面向消费者的购买邀约时，即视为进入商业产品传播。

对于按免费学生/毕业生类别提交的学生或毕业生作品，标识所有人和获准使用者为该学生或毕业生。如果学生或毕业生曾与企业合作，该外部企业不获得商业标识许可，除非依据体系规则另行接受评估或获得许可，否则不得使用该标识。

10.7 标识、证书和奖项徽章发布前的内部审核

在发布或交付前，主办方会依据下列清单审核标识证书、标识资料包、徽章文件和公开验证信息是否已正确区分。对于奖项徽章，审核确认徽章外观明显不同、清楚注明 Audience Award 或 Editor's Choice，且未被呈现为标识、产品认证、市场准入认可或企业整体认证。

审核项	是否涵盖？
已注明项目名称	☐ 是 ☐ 否
已注明获奖年份	☐ 是 ☐ 否
已注明获奖等级	☐ 是 ☐ 否
已注明类别（如适用）	☐ 是 ☐ 否
已注明奖项路径、类别或徽章认可类型	☐ 是 ☐ 否
已注明有效期	☐ 是 ☐ 否
已链接评审标准版本或评审标准页面（仅限标识）	☐ 是 ☐ 否
已包含证书 / 许可编号（仅限标识）	☐ 是 ☐ 否
已注明签发机构（仅限标识）	☐ 是 ☐ 否

审核项	是否涵盖？
已包含二维码或验证链接（仅限标识）	☐ 是 ☐ 否
可选项目说明仅在有依据并经批准时包含	☐ 是 ☐ 否
已包含免责声明：不代表法律合规 / 不代表市场准入认可 / 不代表企业整体认证	☐ 是 ☐ 否
已包含标识或徽章使用限制	☐ 是 ☐ 否
公开页面措辞与体系规则一致	☐ 是 ☐ 否

11 标识证书记录

证书记录及二维码或网页验证仅为 Green Product Award 标识和 Green Concept Award 标识签发。

字段	示例
证书持有人	企业 / 参赛者名称
获奖对象	产品、服务或概念名称
奖项路径与类别	Green Product Award 或 Green Concept Award，以及证书记录中注明的奖项类别。这不是对产品部件的技术认证。
获奖等级	入围者 / 获奖者
类别	包装 / 消费品 / 等
评审标准版本	GPA 评审标准 [年份/版本]
评估机构	Green Future Club gUG
有效期	Green Product Award 标识：12 个月，例如 2026 年 6 月 1 日至 2027 年 5 月 31 日。Green Concept Award 标识：概念阶段认可状态及限制。
状态	有效 / 已暂停 / 已撤销 / 已过期
可选项目说明	仅在有所提交证据支持并依据体系规则获批时，提供与奖项相关的简短具体说明；不是使用标识的必要条件。
允许使用的措辞	使用 Green Product Award 标识或 Green Concept Award 标识时允许使用的确切措辞
限制	例如：不认证企业整体；不代表法律合规；如适用，仅限概念。
证书 / 许可编号	唯一的证书或许可编号
签发日期	证书签发日期
二维码 / 验证链接	公开的获奖项目页面、证书记录和/或体系评审标准页面（仅限标识）

12 费用与评估中立性

费用因参赛者类型和流程阶段而异。学生和毕业生免费报名。所有其他参赛者须支付报名费。成熟企业在获得提名后还须支付入围者套餐费；初创企业免付入围者套餐费。商业标识使用权或包含在相应套餐中，或在征集页面或费用表中另行说明。现行公开金额另行公布，报名前须予以确认。

评估中立规则

费用依据参赛者身份和流程阶段确定，不影响参赛资格、评估、入围者资格、获奖者资格、认证或标识使用决定。可选服务、报名审核、推广服务和咨询不影响评估结果。

- 不存在从入围者付费升级为获奖者的途径。
- 标识许可费仅在成功获得认证或被认定具备标识资格后收取，具体以相应套餐或费用表的说明为准。
- 商业曝光套餐与认证决定相互独立。

阶段	收费依据	说明
报名登记	所有非学生 / 非毕业生参赛者，另有说明的除外	平台使用、资格审核和基本处理。
入围者套餐	成熟企业，获得提名时支付；初创企业免付	入围者曝光、证书、活动/媒体套餐；如有说明，可包含标识许可。
标识许可	Green Product Award 标识或 Green Concept Award 标识使用者，以相应套餐或费用表的说明为准	有时间限制或限于概念阶段，并限于获奖对象、奖项路径和类别；或已包含，或另行说明。
续期 / 重新验证	到期后继续使用的标识使用者	须依据现行评审标准重新审核；如适用，商业条款另行说明。
可选附加服务	选择额外服务的参赛者	不影响评估。

13 可选服务的独立性

- 可选服务仅用于准备、传播、曝光、产品准备或学习。
- 可选服务不保证获得提名、入围者资格、获奖者资格、认证、标识使用权或任何监管结果。
- 服务提供者在评估中的回避以及每件参赛作品的记录要求，见第 5.1 节。

14 体系规则的审查

本规则和评审标准由 Green Future Club gUG 定期审查和更新，以确保准确并符合适用要求。公开的征集页面、费用页面、证书记录和标识使用指南均与现行体系规则保持一致。适用于某件参赛作品的版本以证书上注明的版本为准。联系方式：scheme@greenfutureclub.com 或 +49 30 35527221。