



参评资料

登记要点指南

为了更好地传达

您的设计本质

关于GOOD DESIGN AWARD的咨询

公益财团法人日本设计振兴会 GOOD DESIGN AWARD事務局
5th floor, Midtown Tower, 9-7-1 Akasaka, Minato-ku, Tokyo 107-0052 Japan
<https://www.g-mark.org/zh-CN/contact>
www.g-mark.org

发行 2026年4月



在报名GOOD DESIGN AWARD时，

简洁明了且准确地呈现

参评作品的设计本质至关重要。

本手册介绍了在报名网站登记参评资料时，

各个项目的登记要点。

请在报名时参考使用。

※本指南中介绍的项目，只是Entry Site中需要登记的一部分。

报名流程指南及报名网站的访问方式，请通过GOOD DESIGN AWARD官方网站查看：

<https://www.g-mark.org/>



参评资料 确认清单

- 报名类别 ※必填 03
- 参评作品的通用名称/专有名称 ※必填 03
- 事业主 ※必填 04
- 参评者 ※必填 04-05
- 设计师资料 ※必填 06
- [图片1]主图 ※必填 06-07
- [图片2]实际使用图等 08
- 补充资料 08
- 评审用视频 09
- 概要 ※必填 09-10
- 登记资料的语言 11
- 设计要点 ※必填 11
- 设计诞生的理由/背景 ※必填 12
- 实现设计的经过和成果 ※必填 13
- 迄今为止的业绩 13
- 自由记述 14
- 与GOOD DESIGN AWARD的关联 14

报名类别 (Category of the entry) ※必填

- 请根据参评作品的核心功能、目的及最想表达的价值，选择最符合的一项类别。
即使没有完全匹配的类别，也请选择最接近的，
或依据希望获得评审的视角进行选择。

2026年度的报名类别

- 01 饰品、服装、随身用品
- 02 个人护理产品
- 03 文具、兴趣产品
- 04 生活用品
- 05 生活家电
- 06 映像、音响产品
- 07 信息产品
- 08 产业、医疗设备
- 09 家具、照明、建材
- 10 住宅、业务、公共设备
- 11 移动工具
- 12 建筑(独栋住宅、小规模集合/共同住宅)
- 13 建筑(中、大规模集合/共同住宅)
- 14 建筑(产业、商业设施)
- 15 建筑(公共设施)、土木工程、景观
- 16 室内空间
- 17 传播、媒体
- 18 系统、服务
- 19 地域措施、活动
- 20 一般措施、活动

※同一作品不可同时报名多个类别。

※报名类别可能会在评审过程中，根据评审委员会的判断进行调整。



根据报名类别的不同，评审委员会可能就报名网站上需登记的内容另行设定注意事项。
如属于相关类别，请确认本手册中带有  标志的内容。

WEB GOOD DESIGN AWARD官方网站 > 报名 > 报名 > 报名类别



登记小提醒

评审委员会可能针对部分类别提出“评审重点”。如报名相关类别，请先确认所提示的内容后，再进行报名网站的登记。

WEB GOOD DESIGN AWARD官方网站 > 报名 > 评审 > 评审视角 > 评审重点



参评作品的通用名称/专有名称 (General name/Proper name) ※必填

通用名称与专有名称的区别

- 参评作品的通用名称指对参评作品进行分类的一般性称呼(例:智能手机、乘用车、活动等)。
由于评审会按类别进行，请尽量使用**简洁且通用**的表述。

例	<input checked="" type="checkbox"/> 改变未来移动方式的乘用车	<input checked="" type="checkbox"/> 推动○○实现的措施
	<input type="checkbox"/> 乘用车	<input type="checkbox"/> 措施

- 参评作品的固有名称指商品或品牌的特定名称，如产品名称或品牌名称。
请在字符数限制范围内登记。

例 以手机为例:通用名称:Smartphone / 专有名称:Phone XX

※如正式名称超出字符数限制，请使用简称等替代。

事业主 (Business owner) ※必填

事业主是指参评作品的客户或委托方，
即对参评作品负有责任的组织或个人。

例	参评作品
	是产品时 → 生产商、销售方
	是建筑时 → 业主
	是软件、媒体、服务时 → 提供方
	是事业、措施、活动时 → 主办方
	是地方政府项目时 → 相关地方政府机构

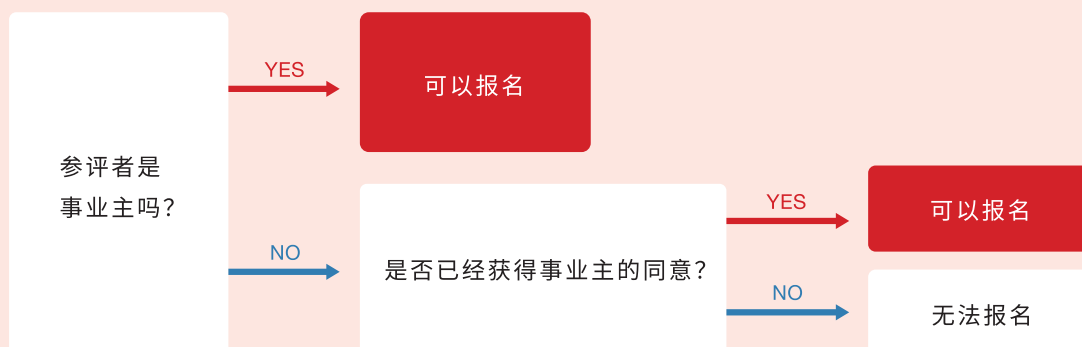
参评者 (Applicant) ※必填

- 报名者是指报名GOOD DESIGN AWARD的个人或组织。
参评作品的事业主及设计业者均可作为参评者。
[设计业者]与参评作品的设计、制作、开发等相关的业者、建筑师、设计事务所、个人设计师等。
- 在GOOD DESIGN AWARD的报名过程中，需要分别登记参评者和事业主。
- 请先和参评作品相关方进行充分确认，
明确“事业主”和“参评者”的信息。
- 若非事业主的个人或组织作为参评者提交作品，
必须事先获得事业主的同意。
- 未经事业主同意，参评者不得擅自报名GOOD DESIGN AWARD。

WEB > GOOD DESIGN AWARD官方网站 > 报名 > 常见问题 > 参评者



! 登记小提醒



报名网站的登记例	
<p>制造商在提交自家产品 报名时的报名网站登记例</p> 	<p>Applicant REL ※ ABC Co., Ltd [CEO: John Smith] </p> <p>Business owner REL ※ ABC Co., Ltd </p>
<p>设计公司根据客户(事业主) 的委托制作产品, 并与客户联名报名时的 报名网站登记例</p> 	<p>Applicant REL ※ ABC Co., Ltd [CEO: John Smith] GOOD DESIGN Co., Ltd [CEO: Ichiro Tanaka] </p> <p>Business owner REL ※ ABC Co., Ltd </p> <p><i>两家公司联名报名时applicant的状态</i></p>
<p>设计公司提交个人住宅作品 报名时的报名网站登记例</p> 	<p>Applicant REL ※ GOOD DESIGN Co., Ltd [CEO: Ichiro Tanaka] </p> <p>Business owner REL ※ John Smith </p> <p><i>作为报名作品的 个人住宅的业主的名称</i></p>

※如存在多位事业主,请在“事业主”处,于规定字符数内一并登记。

! 登记小提醒

参评者在获奖后,将作为获奖者被登记在官网、奖状等处,
并可申请使用G Mark标志。
请务必在报名截止日期前,登记准确、完整的信息。

- 事业主及设计业者为多方时,可联名报名。
- 联名报名时,需要将所有联名企业都创建为applicant并登记相关资料。
- 一件作品中,同一家企业不可重复登记为参评者。



整理各种角色

在报名网站中, 设有“Producer”“Director”“Designer”三个项目。

请根据各自对应的职责, 登记与参评作品相关的人员姓名。

对于职责的理解, 可根据参评作品的实际情况灵活判断。

参考例	※以下说明为一般性的职责示例。由于不同作品中对职责的定义可能有所不同, 请根据参评作品中的实际职责进行登记。		
Producer	Director	Designer	
负责统筹整体业务或项目。主要负责企划制定、预算管理以及业务战略的策划等工作。	负责决定设计开发的方向, 并推进项目进展。主要负责概念设定、制作团队统筹以及品质管理等工作。	负责具体设计的创作。主要从事造型、平面、结构等实际设计制作工作。	

- 请在字符数限制内登记。
- 若无对应职责, 可留空。
但“Producer”“Director”“Designer”三项中, 至少需登记一项。
- 若同一人担任多个职责, 可在对应项目中登记相同姓名。
- 不仅可登记个人姓名, 也登记写公司名称、部门名称、团队名称或小组名称等(例: ABC公司设计部)。

[图片1] 主图 (Photo1: Main picture) ※必填

主图的要点

- 请选择最能展现参评作品特点的图片。
- 推荐图片比例为 4:3 (横向)。
- 主图也将作为缩略图使用。请尽量使用文字较少、在缩小显示时也易于辨识的图片。
- 若参评作品为产品或建筑物, 请使用能够完整展现其整体外观的图片。



参评作品存在多个版本的情况

若参评作品有多个版本时，请尽可能使用包含所有版本的图片。
若版本众多，也可以只提交包含最具代表性的作品的图片，
或者是方便评审委员了解全貌的多个版本的图片。

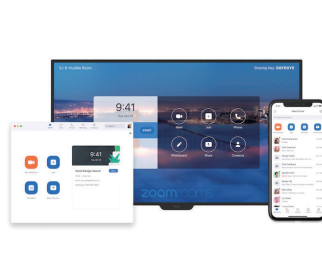
※其他版本的资料可通过“补充资料”提供。

※未登记为参评资料的内容不会被纳入评审范围。



参评作品为系统、应用或网页服务时

若参评作品为系统、应用或网页服务等，
请提供能够显示其运行平台的图片。



参评作品为措施、活动时

若参评作品无具体形态，请提供能够象征该作品的图片，
或能够直观展现“参评作品是什么”的图片。



[图片2] 实际使用图等 (Photo2: Picture describes its usage, etc.)

图片2的要点

请上传以下类型的图片：

- 能够展现实际使用环境和场景
- 能够表现用户与产品之间的关系
- 能够让人理解产品的尺度感和操作方式

※若有需要,可以在图片中加入少量文字说明,或将多张图片合成为一张图片后上传。



补充资料 (Supplemental material)

仅凭报名网站上的文本或图片无法充分传达参评作品的信息时,请上传补充资料。
补充资料的内容建议聚焦于“最希望传达的重点”,这样会更容易让评审委员理解。

- 补充资料没有指定格式。
- 可上传的文件格式为JPEG或PDF。
- 文件大小须在2MB以内。页面尺寸与页数不限,但请尽量控制在必要的最小范围内。



住宅建筑 (报名类别12、13)

请务必上传参评作品的图纸及配置图(周边位置图)。

室内空间 (报名类别16)

建议上传能够了解整体空间的图纸(平面图、剖面图)、展示空间使用方式的照片、体现与外部环境关系的配置图,以及实际使用材料的列表(附照片)等。

请针对评审重点中相关联的部分进行说明(无需涵盖全部内容)。

展览、APP (报名类别17)

建议上传可确认整体品牌形象的视觉识别系统(VI)等资料。

此外,若有可确认详细信息的网站,请登记至“参评作品详细资料的网址链接(URL of the entry's information)”。

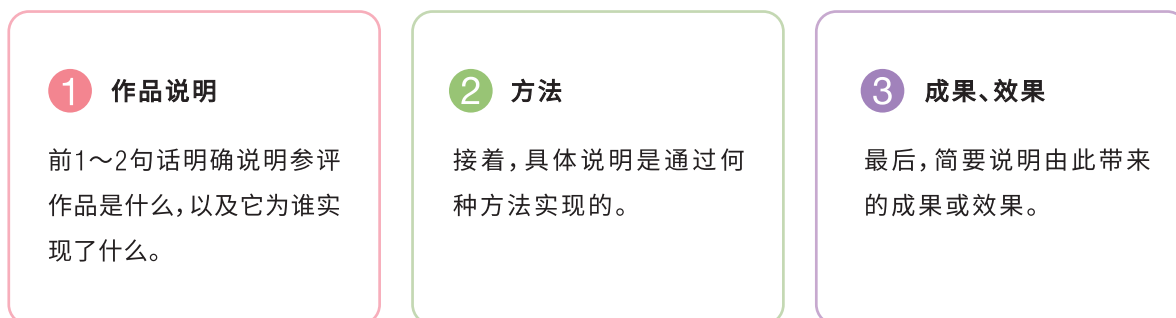
评审用视频的制作要点

- **建议播放时长为1分钟以内。最长不要超过5分钟。**
 - 视频可以是较为简易的形式，例如使用手机拍摄的使用场景等。
 - 请展示仅凭文字和图片无法传达的作品要点。
 - 如参评作品仅能在特定场所或环境下看到实物（例如：大型产业机械、医疗器械、固定式公共设备等），请尽量提供可展示其安装、运作及使用状况的视频。
 - 视频上传并非必须。除上述情况外，如有助于传达参评作品的内容，也可上传相关视频。
 - 视频内容请尽量简洁，并控制在必要的最小范围内。
- ※评审不会关注视频本身的设计或完成度。

概要 (Explain the outline of the entry briefly) ※必填

400字符以内的概要的构建

请以「向完全不了解参评作品的人解释它是什么」的方式登记。
按照以下结构登记，会使内容更清晰易懂。



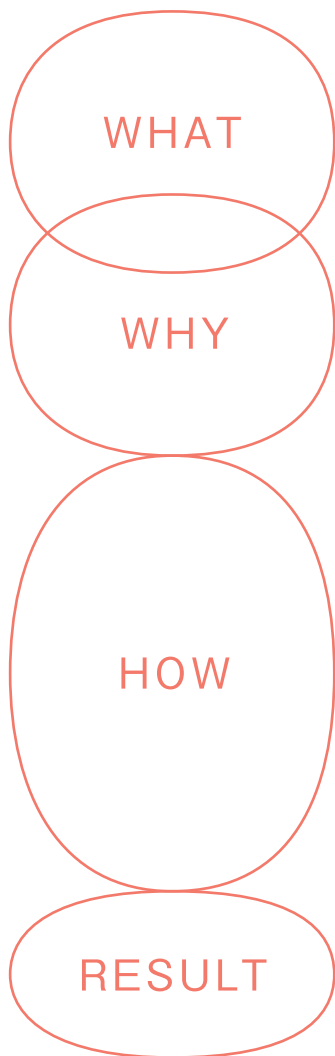
作品说明 方法 成果、效果

Smartphone [Phone xx] 的示例	<p>Phone xx is the latest flagship smartphone. The camera has been upgraded from 12MP in the previous generation to 48MP, and it adopts a brand-new USB-C interface to enhance compatibility. The use of a titanium frame achieves weight reduction, while the Smart HDR function allows anyone to easily take high-quality photos, enabling diverse visual expression.</p> <p>356字符</p>
2024年度获奖作品， 游具研究项目 [RESILIENCE PLAYGROUND PROJECT] 的示例	<p>A project developed “inclusive playground equipment usable by all, regardless of disability,” bridging medicine and play. Focusing on medically supported children who “want to play but can’t,” it brought together diverse children, doctors, care staff, designers, and locals to create three pieces of equipment, envisioning a community where play and happiness are shared.</p> <p>371字符</p>

表达技巧

在GOOD DESIGN AWARD中, 评审委员将通过设计来评估以下方面:“为什么需要这个设计(WHY)”“希望实现什么(WHAT)”“如何实现(HOW)”“实现后获得了哪些成果(RESULT)”。

请结合以下要点, 整理出最想表达的核心内容并登记。



[独特性]

具体说明创新点及与现有产品/服务的区别

[作品说明]

参评作品是什么, 为谁实现了什么

[必然性]

明确说明为什么这个设计是必要的

[普遍性]

阐述该价值如何长期持续

[方法]

通过何种方式实现

[可实现性]

具体描述如何实现该设计

[成果、效果]

实现后获得的具体效果

※无需涵盖以上所有要点, 可根据重点选择登记。



登记小提醒

“可以登记的字数有限制吗?是如何计算的?”“对于报名阶段还未公布、未销售的作品, 报名时应注意什么?”“系列产品及系统产品可以作为一件作品报名吗?”等各种与报名相关的问题, GOOD DESIGN AWARD官方网站已公开常见问题与解答。请参阅“常见问题”页面。

WEB > GOOD DESIGN AWARD官方网站 > 报名 > 常见问题



登记资料的语言

- 海外的参评者必须通过英文的Entry Site, 使用英文登记作品资料。
- 若对英文表达不安, 可以先用母语撰写, 再使用翻译工具等进行翻译后登记。
- 每个项目可登记的上限单位为“字符数”, 而非“单词数”, 其中空格和标点符号也均计为一个字符。
可通过各项目右下方的自动计数工具, 确认已输入的字符数。

※评审不会关注文章的表现力和完成度, 准确、简明扼要地传达出作品信息即可。

设计要点 (The most remarkable points) ※必填

用3点传达

设计要点需要从参评作品中筛选出最希望传达的价值或特征, 并归纳为3点登记。

请登记该作品所具备的独特优势。在众多特点与巧思之中, 需要提炼出为何该作品值得被评价、其中最重要的核心是什么, 并以简洁的方式表达出来。

※请登记参评作品所具备的独特优势。

过往获奖作品的例



镜头可更换式无反相机

Sigma BF

- 1 通过7小时精心切削铝合金锭, 实现高精度、高刚性的机身。
- 2 将操作系统精简至最小, 信息集中于副液晶屏, 顶部仅配置拍摄按钮, 实现明快、直观的UI。
- 3 从质感到手感全面追求与相机的一体感, 9支金属镜头同时推出两种颜色。

活动

通过牧场实现的地区共育型设计



- 1 在城市近郊的山间地区汤来町, 与当地居民共同实践“融入生活的酪农”理念。
- 2 转向对牛与人都更友善的放牧方式, 重视“人、牛与自然的良性循环”, 逐步挑战放牧式酪农。
- 3 借创业80周年之际, 以“Sagotani Farmer”之名进行品牌重塑与价值再构建。

为了有效传达设计的理由与背景,重要的是从社会及用户的脉络出发,准确理解并加以说明。
 为便于清楚传达参赛作品意义与必要性,请参考以下要点,在适用范围内自由登记。
 尤其请注意说明设计与参评者所持有的愿景及世界观之间的关联。
 不必涵盖所有内容,如有相应的内容请提供,也可提供其他内容。

灵感契机、现场洞察	社会背景
 <ul style="list-style-type: none"> • 观察与对话 • 事件 • 问题意识等 <p>该设计的出发点</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • 社会议题 • 制度或用户行为的变化 • 地区或环境状况 等
市场趋势	参评者的意图与愿景
 <ul style="list-style-type: none"> • 行业结构 • 竞争环境 • 客户或用户的需求变化 • 技术趋势 等 	 <ul style="list-style-type: none"> • 参评者想实现什么 • 为何现在着手 • 希望达成的状态或目标



传播、媒体 (报名类别17)

若参赛作品是改版升级型的作品,建议登记其在改版升级前后的设计背景、设计过程及改进要点。
 内容超出字符数限制时,也可登记至“自由记述”处。
 请详细提供启用日期、实施期间、刊载期间、活动期间等信息。

措施、活动 (报名类别19、20)

请登记对参赛作品中设计意义的理解,以及参与其中的设计师等相关人员所承担的角色。这里所说的设计师等,并不一定特指职位名称为“设计师”的人员,而是泛指参与了该作品设计工作的相关人员。

具体呈现成果的方法

请登记实现该设计的具体过程,包括过程中所面临的课题与限制条件,以及通过试作、验证等反复探索与调整所经历的过程。同时,也请登记该设计实现后所取得的成果(变化与效果)。成果部分请尽可能结合具体事例或数据加以说明。

※请从多方面对成果进行描述。

例如销售额、用户数量等定量效果,用户满意度等定性效果,以及对社会产生的带动效应等。



措施、活动(报名类别19、20)

请登记参评作品在带动地区发展、拓展周边影响以及创造价值方面,是通过哪些具体举措得以实现的。

迄今为止的业绩 (Achievements to date)

有效呈现业绩的方法

请参考以下要点,在适用范围内进行登记(不必涵盖所有内容,也可提供其他内容)。

无需重复已在其他项目中登记过的内容。

如目前尚无相关成果,留空即可。

销售业绩或活动记录	→	使用具体数据或资料展示参评作品的规模和增长情况。例如,销售数量、用户数量、实施次数等,记录定量的成果。
用户反馈	→	呈现实际用户对参评作品的评价与感想,并通过具体的用户反馈或案例,展示参评作品所创造的价值。
社会影响	→	说明参评作品对社会的影响及其扩展效应。可包括媒体报道、其他奖项的获奖记录、对其他项目或活动的影响等。
持续发展	→	请阐述参评作品的改进过程及未来发展计划,并基于现有成果说明其今后的拓展方向,以展现其可持续性。

自由记述 (Free field)



传播、媒体 (报名类别17)

请登记以下内容。

- 参评作品目前已落实到何种程度。
- 若参评作品在二次评审前尚未完成落实, 请具体说明其背景及理由。

系统、服务 (报名类别18)

若参评作品的主要提供价值在于产品、设施等, 而系统或服务仅作为其中一项功能被运用 (例如: 家电产品中搭载的液晶显示屏等), 请具体说明选择报名类别18的背景与理由。

内容超出字符数限制时, 请通过“补充资料”进行说明。

措施、活动 (报名类别19、20)

请登记以下内容。

- 参评作品整体的历时: 例如在落实前的准备期为○○年、实施期为○○年等。
另外, 也请说明为何选择于今年报名“措施、活动”类别的理由。
- 若在特定地区开展, 请登记超越该地区的具体推广计划。
或者, 请说明该作品可向社会普遍回馈的价值为何。

与G Mark的关联 (Relation between your previous G Mark)

将过去已获得过GOOD DESIGN AWARD的系统或服务在改版升级后再次报名时, 请具体说明相较于过往获奖作品所改进的要点。

内容超出字符数限制时, 也可登记至“自由记述”处。

此外, 在登记过往获奖作品信息时, 请参照官方网站的获奖作品页面, 注明获奖号码及获奖作品名称。



登记小提醒

Q 是否需要登记所有项目, 避免空白?

在报名网站上, 带有红色✖标记的项目必须登记。

即使不是必须, 也都是评审委员理解参评作品的重要信息, 请尽可能详细提供。

仅在确实没有相关信息的情况下, 才可留空。

请避免出现以下这些登记方式。

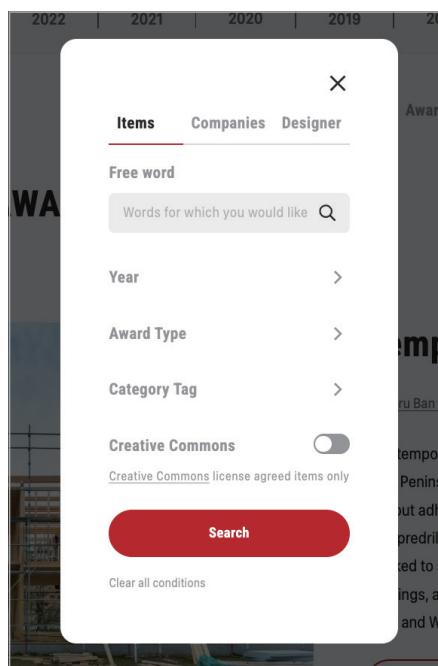
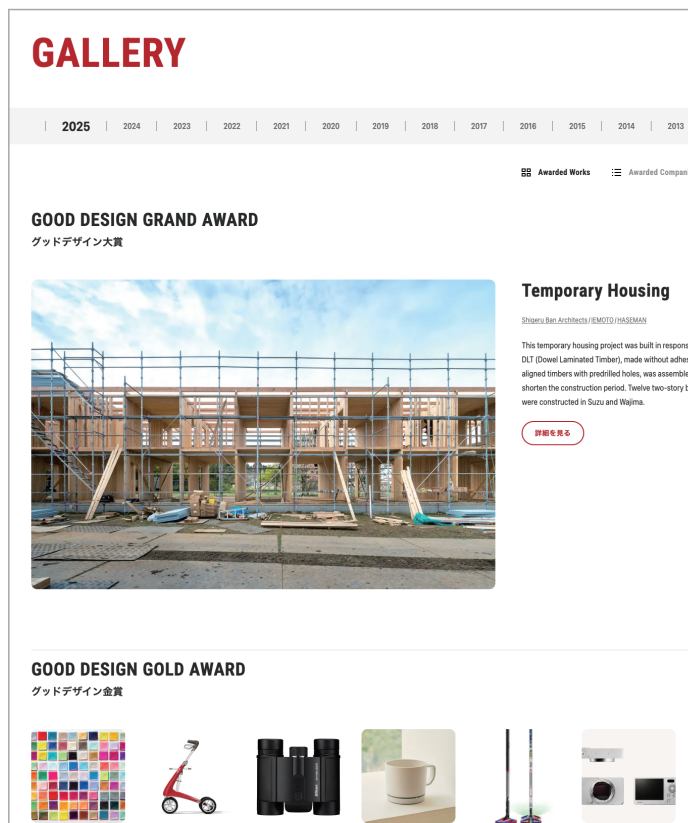
- ✖ 没有业绩, 仅用模糊的预估数据表现未来可能取得的业绩。
- ✖ 在最多可登记800字符的必须项目中, 仅登记简短的一句。
- ✖ 在“补充资料”上传论文等大量文字或资料。
- ✖ 在多个项目中重复登记相同内容。

参考过往获奖作品

登记在报名网站上的部分内容将在获奖后公开。

在GOOD DESIGN AWARD官方网站的Gallery中,可浏览历年所有获奖作品。

参考过去的获奖作品,有助于更有效地准备和登记参评资料。



参考案例的查找方法

访问Gallery

<https://www.g-mark.org/gallery/winners>



作品搜索

使用关键词或分类标签来搜索相关作品。



登记小提醒

可作为参考案例的作品

- 与参评作品相似的获奖作品
- 旨在解决类似课题的获奖作品
- 想要传达的重点与其相近的获奖作品

值得关注的要点

- 概要的结构
- 背景及课题的阐述方式
- 图片的呈现方式
- 设计要点的表达方式
- 成果与效果的展示方法



为更好地传达参评作品的本质、魅力和价值，
请参考之前介绍的各个要点。
期待您的参与。

制作参评资料的要点

- 简明扼要且准确地传达参评作品的特点
- 具体展示对社会和用户的价值
- 基于客观事实和数据说明成果
- 有效利用视觉元素(图片、视频)

如有问题，请通过以下网站联系
<https://www.g-mark.org/contact>
※主办方不提供电话咨询。

