



城市商户低碳运营案例



轱辘轱辘
Gulu-Gulu

太原站



山西科城环保产业协同创新研究院
COSHARE ENVIRONMENT

INSEC
Maker Sustainability Consulting

目 录

前言	01
低碳商户是什么	03
太原商户低碳运营现状	04
(一) 食品类商户	05
(二) 商户	07
(三) 酒店	09
(四) 本章小结	11
案例	12
(一) 低碳管理	13
1. 减少食物浪费	13
2. 低碳能力建设	15
3. 废弃物回收利用	15
(三) 绿色建筑	16
1. 绿色餐厅	17
2. 可再生能源供电	17
(三) 低碳服务	18
1. 低碳饮食	18
2. 低碳时装	20
3. 低碳骑行服务	21
4. 低碳住宿服务	21
(四) 绿色供应链	22
1. 寻找绿色包装	23
2. 环保 360 项目	23
(五) 低碳激励	25
(六) 低碳宣传	26
城市商户低碳运营清单	27

前 言

“起初，没有人在意这一场灾难，这不过是一场山火、一次旱灾、一个物种的灭绝、一座城市的消失，直到这场灾难和每个人息息相关。”¹根据联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）发布的《全球升温 1.5°C 特别报告》：全球升温幅度必须控制在 1.5°C 内，否则地球在 2030 年之后会迎来毁灭性的气候灾害，届时人类社会和生态系统都将受到严重影响。

城市商户作为城市碳排放的重要来源之一，是城市实现碳减排、碳中和目标的重要参与者和贡献者，承担着碳减排的社会责任。同时，商户作为城市中物质、信息、文化交流的重要载体，与城市居民有着最为频繁的交流，在低碳理念传播上具有天然的优势，也是企业强化自身低碳绿色标签的机遇。山西科城环保产业协同创新研究院在轱辘轱辘 | 太原站项目支持下，联合 MSC，共同倡导城市商户低碳运营。本报告选取了太原市零售、酒店、购物中心的典型代表作为研究样本，初步描绘太原市商户低碳运营现状，并提供国内外低碳运营案例和低碳运营清单，尝试为城市商户低碳转型提供灵感和自查方法。

1. 出自电影《流浪地球》



轱辘轱辘 | 太原站是由山西科城环保产业协同创新研究院执行，中华环保联合会和能源基金共同支持的“益起低碳”项目。项目将通过评估城市骑行环境，绘制城市特色骑行路线，影响骑行道路周边商户低碳运营等方式，提升城市骑行的环境友好型、低碳性及趣味性，营造和发掘城市独特的骑行文化。



山西科城环保产业协同创新研究院是一家独立的绿色研究机构和协同创新平台，围绕低碳及能源清洁化、污染源管理及治理、废物资源化与无害化、生态环境保护和修复以及公众环境教育等开展研究，从政策、技术、能力及战略等角度提出绿色解决方案，链接创新资源，致力于建成山西最具影响力、竞争力的绿色发展战略咨询与技术、产品研发机构。



MSC 是一家全球且独立的可持续发展咨询公司，将可持续发展的方法论，应用于战略与增长、管理与运营、品牌与营销、产品与创新和社会责任与公益，解决企业在运营过程中存在的各项挑战，并为其创造新的商业机遇。作为行业中的先驱者，MSC 已经帮助了包括可口可乐、百威英博、宝洁、强生、欧莱雅、国家电网、腾讯、阿里巴巴、快手、美团点评在内的 200 多家领先企业在这个商业社会中持续创造价值。

低碳商户是什么？

本报告所指商户包括百货商场、超市、购物中心、酒店、饭店等直接面向公众提供服务的实体商户。低碳商户指通过低碳管理、绿色建筑、低碳服务、绿色供应链、低碳行为激励和低碳宣传等实现自身和社会碳减排的实体商户。

低碳管理

- 制定低碳运营策略和制度
- 提升员工、供应商及加盟商的低碳意识和能力
- 能源管理
- 废弃物管理

低碳服务

- 减少一次性物品提供
- 提供环保包装
- 提供低碳产品
- 提供低碳出行工具和设施
- 为公众践行低碳提供的其他便利服务等

低碳宣传

- 开展低碳生活和消费方式宣传；
- 参与低碳公益活动等

绿色供应链

- 绿色采购
- 绿色招商
- 低碳物流等

低碳行为激励

- 采取激励措施引导公众转变消费理念，践行低碳生活方式

绿色建筑

- 低碳能源供给
- 低碳围栏结构
- 低碳设备
- 低碳排放



太原商户低碳运营现状

为了解太原市商户低碳运营现状，轱辘轱辘—太原站项目组挑选了区域影响大、分布广的商户，通过对部分门店实地走访、相关信息网络搜索、电话采访等方式，试图初步描绘城市商户低碳发展现状。

(一) 食品类商户

疫情之下，社区经济成为新的经济增长点，连锁便利店门店数量迅速扩张，下沉至各个社区。坐落在社区各个角落的便利店，不仅为社区提供了便利和商品服务，更在低碳社区建设中充当着重要作用。

太原市连续两年位列中国城市便利店发展指数前三，唐久、金虎及美特好三个品牌以山西为主要营运市场，在太原市门店数量较多，因此项目组选择这三家品牌进行低碳运营调查。

	低碳管理	绿色低碳服务	绿色供应链	绿色建筑	低碳行为激励	低碳宣传
唐久便利					●	
金虎便利					●	
美特好超市	●	●				●

低碳行为一览表 ● 代表已采取相应行动

已开展的低碳做法：

- 唐久便利和金虎便利都对易过期食品进行夜间降价促销，减少食品浪费。
- 美特好为社区居民免费提供购物车，方便居民推车回家，减少塑料购物袋的使用。
- 美特好每年春天都会组织员工开展植树造林、绿树城市活动。



建议未来开展的低碳发展策略：

低碳传播：借助便利店密集的社区网络系统，在低碳日、环保日宣传低碳理念，提升消费者、员工及加盟商低碳意识。

减塑计划：不免费提供塑料袋，鼓励公众自带购物袋或提供社区购物车免费使用服务。

低碳食品： a. 加大对低碳健康食品的研发和采购，设置有机低碳食品区。
b. 向本地农户采购当地、当季食材。

低碳物流：选择具有低碳、环保特点的物流运输方式，如火车、新能源车等。

低碳激励： a. 对践行低碳行为（如低碳交通、垃圾分类等）的用户提供商品折扣活动。
b. 将符合食品安全管理的丑食、临过期食品进行降价出售，减少食品浪费。

低碳建筑： a. 选购能效较高或能够帮助节能的照明设备、制冷设备。
b. 使用可再生能源。

可参考案例 1、2、3、6、7、9



(二) 商场

商场是发展低碳经济的重要载体和组成单元，包括大型超市、百货商场、购物中心等。南方周末发布的首份《2021商场绿色消费报告》显示，社交媒体、商场资讯和商场活动是公众接受绿色资讯和获取环保科普知识的三大途径。因此，在商场绿色低碳转型的进程中，不仅需要实现自身的碳减排，还需主动承担在带动绿色消费、促进城市低碳发展中的社会责任。

此次商场低碳运营现状调研对象包括太原市北美 N1 艺术购物中心、万象城、茂业新天地、万达等几个人流量较大的购物商场。

	低碳管理	绿色低碳服务	绿色供应链	绿色建筑	低碳行为激励	低碳宣传
北美N1艺术购物中心						●
太原万象城						●
茂业天地购物中心				●		●
太原万达广场	●		●			

低碳行为一览表

● 代表已采取相应行动



已开展的低碳做法：

- 北美 N1 艺术购物中心、太原万象城、太原万达广场环境日当天会在商场开展低碳公益活动，向消费者传播低碳理念。
- 太原茂业新天地与入驻商户斯凯奇联合实施“GOWALK”以旧换新活动，推动普及绿色环保理念。
- 在万达集团实施绿建节能计划下，太原万达广场推行建筑节能，建立了绿色节能的组织管理体系。太原万达购物 2020 年成功申请国家绿色商场。为方便绿色出行，计划将在停车场设置新能源车停车桩。

建议未来开展的低碳发展策略：

2018 年，深圳市发布《低碳商场评价指南》(SZDB/Z311-2018)，从低碳物流、低碳运营、低碳管理三个方面，为低碳商场的示范建设提供指导和规范性文件。2021 年 5 月，商务部办公厅印发《绿色商场创建评价指标（试行）》的通知，成为各地加强绿色商场创建工作“指南针”。有志于进行低碳转型的商户可参考指南中的指标，制定商场的低碳发展目标，积极参与绿色低碳商场创建。

可参考案例 8、10、13、16、17

(三) 酒店

酒店业一直被公认为城市碳排放“大户”，据相关报道，平均一个人在一家酒店住宿一晚所产生的二氧化碳约为 10 至 30 千克，相当于一辆汽车行驶 60 至 180 公里的排放量（在夏季或冬季集中使用空调时，这个数字将达到最高值）。² 在碳减排全球背景下，低碳酒店也将成为当今酒店业的流行趋势。

	低碳管理	绿色低碳服务	绿色供应链	绿色建筑	低碳行为激励	低碳宣传
迎泽宾馆	●	●		●		●
并州饭店						●
太原洲际酒店		●				
太原凯宾斯基酒店	●	●		●		●

低碳行为一览表

● 代表已采取相应行动

2. (环球旅讯) <https://www.traveldaily.cn/article/59134>



已开展的低碳做法：

- 迎泽宾馆全省开展创建绿色饭店活动，在《绿色饭店》国家标准颁布后，被评为“五星级中国绿色饭店”。通过 ISO14001 环境管理体系标准认证。建立绿色工作制度，对于工程保障部门设立节约奖，鼓励节能降耗、修旧利废、技改创新，月月考核兑现。在餐饮上探索绿色菜单，在客房里摆放免洗卡，引导消费者低碳节能。实施锅炉、空调冷凝水回收技改、全面更换节能型 LED 灯，实现节水降能。安装使用了厨垃圾无害化处理系统，通过利用微生物降解菌产生多种酶，对餐饮有机垃圾快速分解，制作成有机肥料进行循环再利用。

- 并州饭店在餐厅通过标语、海报的形式宣传“光盘行动”，主动提醒食客适当点餐，减少食物浪费。

- 凯宾斯基酒店餐厅坚持使用一次性可降解餐盒。用木制洗漱用品替代塑料制品。在客房摆放免洗卡。开展能源管理，对设备运行进行监督及管控，并对员工开展节能技术培训。每年积极参与“地球一小时”等公益宣传活动。

- 洲际酒店通过使用大瓶装洗护用品替代一次性小包装洗护用品，不再使用塑料吸管等措施，减少塑料的使用。

建议未来开展的低碳发展策略：

低碳激励：对不要求天天换洗床单、一次性洗漱用品的客户，提供酒店优惠券、果盘等，鼓励公众低碳入住。

限塑：不主动提供一次性洗漱用品，或用大瓶包装替换一次性洗漱小包装。减少酒店的一次性塑料用品，加大可循环、可降解产品采购。

绿色建筑改造：采用绿色建筑标准，改造更新设备设施，广泛使用节能节水产品。

提供绿色服务：为入住客户或酒店员工提供自行车免费使用或租赁服务，促进低碳出行。加强服务人员的低碳引导，提供绿色菜单，引导就餐客户适量点餐。

低碳管理：建立绿色管理制度，设置低碳考核目标和奖励。

可参考案例 2、3、11

(四) 本章小结

从调研结果来看，太原市商户大部分还处于低碳转型的初期，低碳运营的意识已经萌芽但还没有形成完整的低碳运营策略。

商户低碳转型动力不足，如部分大型连锁便利店，虽在本地有较大的市场占有率，但是在低碳运营上还未采取太多行动。

商户在低碳供应链方面行动较少，低碳行动多聚焦在节能降耗和低碳宣传上。

由于时间和调查范围限制，此次调研只是管中窥豹，不能全角度呈现调研商户的低碳行为，如有疏漏，请不吝指正。报告期望将来与太原商户有更加深度的沟通交流，从更加全面的角度、量化的方式，评估商户的低碳运营现状，为商户制定低碳策略提供更科学和精准的参考。



案 例

(一) 低碳管理

1. 减少食物浪费

据联合国粮农组织 (FAO) 估计，全球生产用于消费的食物中有三分之一没有到达最终用户手里，而生产这三分之一的食物将导致每年 44 亿吨 CO₂ 的排放，这意味着食物浪费导致的全球排放量几乎和全球道路交通的排放量相当。我国科技部发布的《全民节能减排手册》指出，如果全国平均每人每年少浪费粮食 0.5 千克，每年可节能约 24.1 万吨标准煤，减排二氧化碳 61.2 万吨。如果全国平均每人每年减少猪肉浪费 0.5 千克，每年可节能约 35.3 万吨标准煤，减排二氧化碳 91.1 万吨。



Woolworths



案例一

澳洲的连锁超市 Woolworths 推行了 TheOddBunch 奇形怪状蔬果运动，将“样丑”的果蔬组合后以特惠价销售，同时邀请名厨推广丑食都能得到同样的美味及营养，成功拯救了本来要丢弃的蔬菜。



“丑食”拟人化，鼓励人们把“小怪物”们领回家

案例二

便利蜂研发上线“基于销量预测的自动订货系统”，通过大数据平台的建设和管理，将所有品类的预测数据接入相应的订货流程，进行自动订货系统的构建，减少食物浪费比例。

宜家商场引入食品废弃物测量机制，将垃圾桶置于称上，运用数字记录废弃物的重量和丢弃原因，及时对食品废弃物的重量和成本提供反馈。通过这种方法，2019年，宜家商场总计减少了约 105 吨的食物浪费，相当于 451 吨二氧化碳排放量。



2. 低碳能力建设

案例三

洲际酒店集团绿色参与计划是一项在线的集团网络可持续发展项目，它为所有洲际品牌酒店提供免费在线环境管理指导。绿色环保参与计划为酒店设定了四个认证等级，达到或高于第 3 级认证的酒店可减少高达 25% 的能源消耗，酒店可以从精心设计的 200 多种“绿色环保解决方案”中进行选择，从而帮助酒店降低能耗、节约用水、减少废物，并改善日常运营对环境的影响。项目为旗下品牌酒店提供了行之有效的方法以衡量并管理日常运营对环境产生的影响。

3. 废弃物回收利用

案例四

为扩大化妆品绿色回收的影响力，作为中国最大的化妆品零售商之一，银泰百货联合阿玛尼、YSL 等多家化妆品品牌，联合发起空瓶回收，共同倡导低碳环保的绿色消费方式，仅过去一年就回收化妆品空瓶 20000 个。如今银泰空瓶回收机已经覆盖六成银泰门店，并计划在更多城市落地新一批智能回收机。

案例五

2018 年 1 月可口可乐公司对外宣布“天下无废 (World Without Waste)” 的全球愿景，提出了“到 2030 年，包装 100% 等量回收和再利用”的目标。之后可口可乐中国推出“24 包”，之所以叫 24 包是因为它是由 24 个塑料回收瓶制作而成得。2020 年，中粮可口可乐山西厂将回收的 3000 余个废旧塑料瓶制作成 RPET (可再生环保面料) 爱心书包，并捐献给山西左权滩里可口可乐希望小学，实现了低碳环保公益产品与社会公益的有效结合。

(二) 绿色建筑

据中国连锁经营协会调查显示，零售企业能耗约占总成本的 10%-20%，节能降耗，不仅可以减少二氧化碳的排放，同时也将降低运营成本，提升企业利润空间。





1. 绿色餐厅

案例六

麦当劳中国从 2018 年年底至 2022 年，将开设超过 1800 家绿色餐厅，占全部餐厅 95% 以上。相关餐厅将符合 LEED³ 中“室内设计与施工”认证标准，全过程减少对环境的影响，推动节能减排。麦当劳中国也一直持续改造并优化能源管理，包括使用 LED 节能灯具、更高效的空调及厨房设备等。⁴

2. 可再生能源供电

案例七

2019 年日本 7-11 便利店公司宣布将在部分试点便利店使用可再生能源进行供电。店铺将安装的太阳能光板和蓄电池等结合起来，储存必要的电力。致力于通过减少二氧化碳的排放，实现便利店的可持续运营。

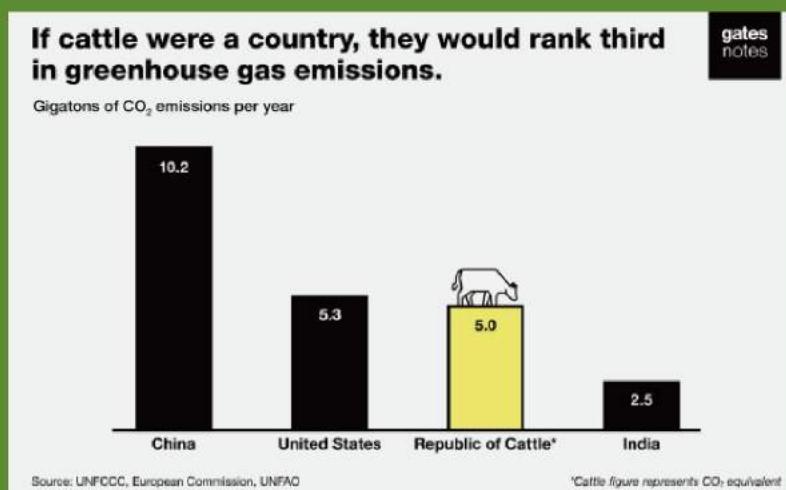
3. LEED (Leadership in Energy and Environmental Design 能源与环境设计先锋) 是一个绿色建筑评价体系。

4. 中国连锁经营协会，CCFA 连锁品牌绿色实践案例集（2019-2020 版）

(三) 低碳服务

1. 低碳饮食

来自耶鲁大学 2020 年最新报告指出，全球范围内，转向以植物性饮食为主的饮食习惯对于减少全球变暖和其他环境影响至关重要。比尔盖茨在《如何避免气候灾难—已有的解决方案和尚需的技术突破》一书中写道，如果全世界所有牛是一个国家，那么它的碳排放水平居全球第三，仅次于中国、美国。除了牛以外，羊、骆驼、鹿等以植物为食的反刍动物，也会通过放屁、打嗝排出大量温室气体。



来源：盖茨基金会





案例八

2020 年星巴克中国宣布携手全球植物膳食倡导者别样肉客和噢麦力 OATLY 发起“GOODGOOD 星善食 TM 主义”行动,用燕麦奶更换咖啡配料中的传统牛奶,推出由豌豆、大米、绿豆的蛋白质成分混合而成的别样牛肉。植物奶及素食产品将有利于减少碳排放及用水量。

案例九

2021年4月2日,瑞安房地产有限公司与香港社会企业绿客盟集团签订了战略合作谅解备忘录,双方将整合各自资源优势,通过推出低碳餐饮产品,开展线上线下活动等举措,合作推广植物性饮食理念,推动大众健康可持续生活方式,共同为减少碳排放及社会可持续发展做出贡献。瑞安房地产旗下 Foodie Social 南里食集将率先推出全新的绿色菜单,以革命性植物性食材 OmniPork 新膳肉入选,为消费者提供更多绿色饮食选项。通过推出植物性食品计划鼓励租户和客户参与低碳生活,倡导健康和可持续的生活方式,支持国家 2060 年实现碳中和的目标。



2. 低碳时装

中国循环经济协会数据显示，我国每年约有 2600 万吨旧衣服被扔进垃圾桶。预计 2030 年会达到 5000 万吨，大部分会被填埋或焚烧。随着可持续、理性消费观念的加强，绿色潮流的兴起，极简、耐用、独特及低碳环保的服装正在赢得消费者的青睐。近几年，Forever21 申请破产，H&M、GAP 等快时尚品牌纷纷宣布关闭部分门店，预示着时尚产业将迎来新一轮洗牌。对于品牌和零售商来说，思考时尚的循环型模式，制定低碳可持续发展目标，打造可持续品牌迫在眉睫。

案例十

环保极简品牌 Pangaia 作为近两年快速成长的服装品牌，是一个集科学家、技术专家、艺术家和设计师为一体的团队。他们通过使用天然及可再生材料，与其他可持续品牌联名，设立用户参与的“种树基金”、基于大自然的视觉表达、打造零废弃产品等方式，为消费者打造可持续衣橱。

3. 低碳骑行服务

案例十一

研究表明，购物中心全年关联出行类碳排放是居民工作出行以外的第二大出行类型⁵，频率高、规模大。加之其自身属于劳动密集型场地，购物中心附近成为拥堵高发区。因此，购物中心减排潜力较大，应进一步加强低碳出行服务和低碳理念传播。

低碳公益倡导。2017 年，北京华联购物中心 BHG Mall 与共享单车 ofo 共同举办了“灵感骑士 bike to shop”活动。活动为骑行爱好者免费提供共享单车骑行机会、制定 T 恤、沿途补给饮料及加油助兴的小旗帜、环保购物袋等，鼓励消费者骑行前往购物中心。

加强购物商场的骑行服务。为骑行者提供安全可靠的自行车停车场和停车管理服务，也是鼓励公众骑行的重要激励因素。挪威 Fornebu S 购物中心专门开发了自行车公园和地下自行车停车场，引导和鼓励消费者选择自行车作为出行交通工具。并在购物中心的主要入口设置自行车专用道，方便骑车者的到达和离开。

将低碳出行的减碳量货币化。结合购物中心积分体系，联合共享单车或交通部门，为低碳出行的消费者提供优惠。例如日本永旺与铁路公司、交通局合作，设置 IC 乘车券福利系统“クテボ”，通过公共交通方式抵达购物中心的消费者可以在此系统里进行积分，凭积分可以换取购物券等福利。

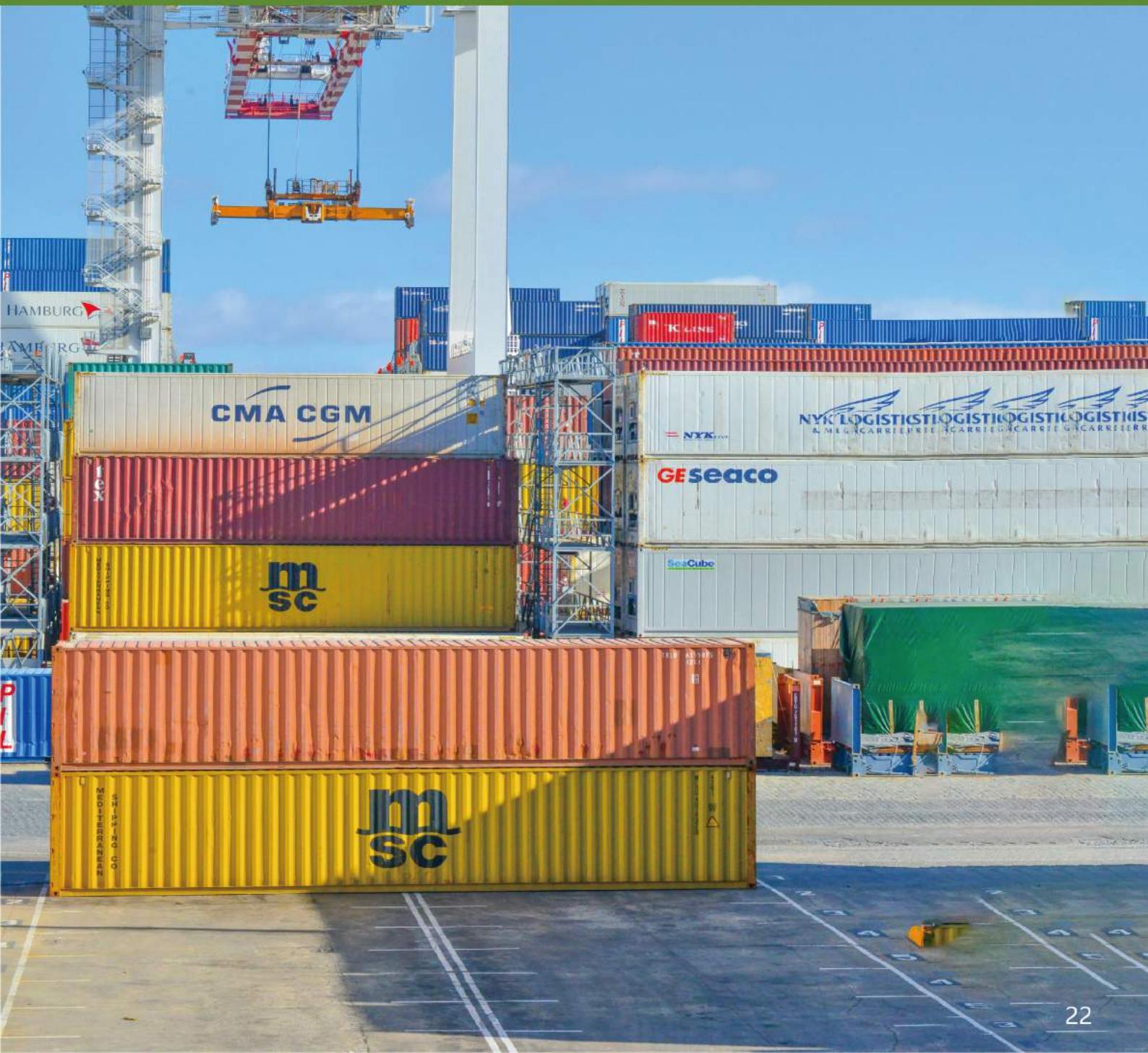
4. 低碳住宿服务

案例十二

全套环保设施。加拿大维多利亚的 Inn at Laurel Point 酒店，采用无纸化办理入住手续、环保房间钥匙、环保纸菜单及为员工和客人免费提供自行车等措施，减少酒店碳排放。

(四) 绿色供应链

推行绿色供应链是商户将低碳环保理念融入全生命周期的重要举措，也是商户控制上下游企业环境风险的有效方式。很多商户通过绿色供应链管理，推动上下游企业绿色低碳转型，寻求系统性减排效果的最大化。





1. 寻找绿色包装

案例十三

美团外卖于 2017 年 8 月开启青山计划，携手 110 家包装企业探索外卖包装解决方案，推出绿色包装推荐名录，支持绿色包装供应链。美团外卖青山计划还提出了 2025 年发展目标，希望通过建设绿色包装供应链，在外卖餐盒的选品、采购等环节为商家提供支持。

2. 环保 360 项目

案例十四

环保 360 项目由沃尔玛公司总裁 Lee Scott 2007 年提出，主要包含绿色供应链管理中的绿色采购、绿色制造、绿色营销、绿色物流、绿色消费等。

绿色采购

沃尔玛使用环保积分卡中的量化指标衡量供应商的环保表现，促进供应商提升环保绩效水平。为提高供应链的绿色水平，沃尔玛还持续在供应商中推广环保包装，举办相关培训，⁶协助供应商尽量简化包装、降低生产、运输和废品处理方面的能耗，最终减少对环境的负担。

6. 沃尔玛启动供应商包装改进工程，财华社，
<https://finance.qq.com/a/20101103/003198.htm>, 2010



绿色制造—绿色包装

沃尔玛在绿色包装上坚持绿色制造，通过 Remove（去掉不需要的包装）Reduce（减少不必要的包装）、Reuse（可重复利用）、Renewable（可翻新的包装）、Recyclable（材料可回收）的 5R 原则，减少包装造成的环境污染。

绿色物流

沃尔玛在物流方面规定凡是冷藏货运车在仓库、码头和堆场进行装卸货或者其他作业期间，必须停止发动机，改用现场电源帮助制冷，减少车队二氧化碳排放。沃尔玛配送中心也通过阳光墙、屋顶自然光采集、环保照明系统、太阳能热水器系统的加装，减少了大量碳排放。沃尔玛商场还为客户提供易拉罐、纸板有偿回收服务，鼓励消费者实现资源再利用。⁷

绿色消费

购物广场针对节能环保产品推出系列促销活动，为消费者提供优质、低价的绿色商品，涉及品类包括节能降耗的家电、绿色环保的家居用品、健康食品等，为顾客提供从制造、包装到使用都更加环保的产品。

7. 张秋彤. 沃尔玛的绿色供应链管理 [J]. 中国市场 ,2011(23):27-28.



(五) 低碳激励

案例十五

日本很多酒店床头放置“环保卡”，用来告知客人如果不要求天天换洗床单，则能享受房价的折扣优惠或赠送水果等免费服务。采取相同策略的还有杭州怡莱连锁酒店，按照顾客选择的不同等级低碳行为，为客人抵换酒店优惠金。

案例十六

布丁酒店首创“低碳护照”，入住布丁酒店时均可免费申领《布丁低碳护照》。低碳护照将对客人的低碳行为予以奖励。客人通过参与低碳活动可收集和兑换一定数量的环保图章、环保勋章，进而可兑换为实物礼品。礼品包含：100元储值金、免房券、nano、ipad、MacbookAir等，最高奖励可达1万元。通过这种激励方式，既能培养客户的低碳意识，也能帮助酒店提升客户粘性，树立低碳时尚标签。



(六) 低碳宣传

案例十七

每年四月是北京侨福芳草地的绿色环保季，期间芳草地会持续举办“低碳生活节”，囊括食素、骑行、减塑、回收等一系列低碳生活方式的倡导活动。典型做法包括环保购物（购买超市环保袋并循环使用，全场消费立减5元）、绿色用餐（在店内购买午餐并自带餐具，立减3元）、健康饮食（每周蔬菜特惠及小菜谱推荐，减少肉食消费）等。自开业以来，侨福芳草地一直坚持“与环境永续生存”的经营理念，并致力于将自身打造为一个绿色、环保、艺术的商业综合体。⁸

案例十八

“建造业零碳天地”是香港第一座零碳建筑，其经常举办环保展览和教育活动，旨在向不同行业和社群推广和普及气候变化和绿色低碳生活。2021年，“零碳天地”首次举办与咖啡、音乐相融合的零碳市集，以音乐表演、咖啡制作比赛吸引公众参与，并在市集主推本地产咖啡豆、以玻璃罐包装代替一次性包装、售卖有机原材料制作的食品，推广可再生材料制作的周边等。⁹

8. <https://wwwpclady.com.cn/wiki/g1z111949.html>

9. 建造业零碳天地：咖啡 X 低碳音樂 @ 零碳市集 https://zcp.cic.hk/chi/eventdetails_ZCPMart

城市商户低碳运营清单

Low Carbon Operating Checklist

低碳运营策略	实施情况
<p>低碳管理，是否已开展以下行动</p> <p>1.制定低碳战略或相关管理制度 2.提升员工和利益相关方低碳意识和能力 3.减少食物浪费： ● 拯救过期食品或“样丑”蔬果 ● 精细化管理，从采购、加工等环节减少食材损耗 ★ 优化库存管理系统，更好地匹配预测和订购 ★ 改善包装，防止损耗，完善食物处理流程 ● 加强与消费者的沟通： ★ 店内有体现减少食物浪费的海报或标识 ★ 菜单标注菜量、提供小份菜等 ★ 餐厅员工根据顾客人员或餐厅菜量进行提醒，建议“适量点餐” ★ 就餐后，员工提醒打包 4.废弃物管理 ● 垃圾分类 ● 废弃物回收再利用 ● 能量回收</p>	是/否
<p>低碳建筑，是否已开展以下行动</p> <p>1.安装节能节水设施/产品 2.开展节能节水改造 3.清洁能源及可再生能源利用 ● 屋顶铺设光伏太阳能 ● 煤改电（如全电厨房） ● 安装太阳能热水器 4.使用绿色建筑材料 5.提升绿容率</p>	是/否

低碳服务，是否已开展以下行动

1.减塑运动

- 不使用或提供一次性塑料用品
- 提供低碳环保的塑料替代品
- 在社区内提供免费购物车使用服务

2.提供低碳出行服务

- 提供低碳出行工具和设施，如自行车、自行车停车设施、充电桩等。

是/否

3.提供低碳产品

- 选择低碳原材料供应商
- 提供低碳食品
 - ★ 素食菜单
 - ★ 餐饮食品中提供植物奶替代方案
- 提供节能降耗的低碳生活用品

低碳供应链，是否已开展以下行动

1.绿色采购

- 采购绿色低碳产品
- 建立绿色采购供应商名录

2.绿色招商

- 加大绿色低碳商户的招商力度
- 为低碳入驻品牌提供宣传或其他物质优惠

是/否

3.低碳物流

- 使用低碳交通工具开展物流服务

低碳行为激励，是否已开展以下行动

对光盘行动、自带水杯、自带购物袋、不需要一次性洗漱用品、不需要每日更换床单、骑行去购物等低碳行为，给予积分、优惠券、以旧换新等激励。

是/否

低碳宣传，是否已开展以下行动

- 植树造林
- 在地球日、环境日、低碳日等环保节日开展低碳公益宣传活动
- 资助低碳公益项目

是/否

附件：

[下载更多低碳运营主题宣传材料。](#)



编写单位



指导单位

山西省生态环境厅

联合传播方



特别鸣谢

感谢以下组织在报告调研、传播、编制中给与的支持和帮助。任何贡献的提供不代表贡献者与报告编制方之间形成任何形式的法律关系，也不代表上述贡献者针对本手册所提出的任何结论或建议背书。

行业机构

中华环保联合会

能源基金会

企业商户

北美 N1 艺术购物中心

茂业天地购物中心

太原万达广场

太原迎泽宾馆

太原并州饭店

太原凯宾斯基酒店

免责声明

本《手册》在调研过程中，由于调查方式和时间的限制，可能存在部分商户的低碳行动未能全面展现，如有疏漏，欢迎商户及时与我们联系，完善报告内容。案例内容均来自公开信息，如果不妥之处，请相关方及时与我们联系进行修正或删除。



Cycle for Nature
Cycle for Fun

