

团 体 标 准

T/ZSM XXXX—XXXX

商场（超市）低碳消费服务规范

Management Standards for Low-carbon Consumption in Shopping Malls
(Supermarkets)

（征求意见稿）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

浙江省计量与标准化学会 发 布

目 次

前言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 基本原则 1

5 基本要求 2

6 低碳消费要求 2

7 低碳消费引导与宣传 2

8 监督、评价与改进 3

附录 A（规范性） 低碳商品选取依据数据表..... 4

附录 B（资料性） 碳积分获取及兑换规则..... 7

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由宁波市市场监督管理局提出。

本文件由浙江省计量与标准化学会归口。

本文件起草单位：宁波市市场监督管理局、宁波市计量测试研究院、宁波市计量测试学会、宁波浙东环境能源交易所有限公司。

本文件主要起草人：李晶晶、颜奇、黄腓力、陈福根、吕欣、章玉文、秦树伟、陈旭东、刘素洁、滕米洁、陈潇、叶润杰。

本文件为首次发布。

商场（超市）低碳消费服务规范

1 范围

本文件规定了商场（超市）低碳消费服务的相关术语和定义、基本原则和要求、低碳消费要求、低碳消费引导与宣传、监督评价与改进等内容。

本文件适用于商场或超市低碳消费服务。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

低碳消费

在消费过程中积极实现低能耗、低碳排放的消费方式。本文中的低碳消费行为指购买低碳商品。

3.2

低碳消费服务

针对对低碳消费全过程提供低碳商品管理、低碳环境营造、低碳消费行为引导、宣传、权益兑换等一系列服务。

3.3

低碳商品

在生产、消费过程中符合低能耗、低污染、低排放要求的商品。本文中的低碳商品指商场（超市）中餐饮、服装、洗护、家电、家具等各类消费领域较为低碳的商品。

3.4

碳积分

消费者发生低碳消费行为后获取的反映个人减碳贡献的量化凭证，可用于兑换各类权益。

4 基本原则

4.1 减量化优先

应优先采取各种措施，在运营服务的源头和全过程减少能源、水资源及物品的消耗，从源头控制碳排放和废弃物产生。

4.2 资源化利用

对运营过程中产生的各类资源，应遵循循环经济理念，最大限度地实现循环利用和资源再生。

4.3 低碳消费引导

应主动对员工和顾客进行低碳宣传与引导，营造全员参与的氛围，共同践行低碳理念。

4.4 持续优化改进

应建立并运行低碳消费服务的长效机制，通过持续监测、评估和创新，不断提升低碳绩效。

5 基本要求

5.1 组织与人员

5.1.1 商场（超市）应设立低碳服务管理部门，制定低碳消费服务工作目标，明确职责，配备专（兼）职人员监督、推行。

5.1.2 商场（超市）运营管理方应对各商户工作人员开展低碳知识科普、低碳商品推介、服务平台操作流程等相关培训。

5.2 制度建设

商场（超市）应制定低碳消费服务规章制度或相关文件，包括低碳商品运维、积分获取及兑换规则（参见附录B）、主要耗能设备及控制系统的维护和运行管理、能源分类计量管理、绿色供应链管理、突发事件应急预案等制度。

5.3 基础数据管理

商场（超市）应建立或联合第三方服务机构开发建立低碳消费线上服务平台，对低碳商品库、低碳消费订单、碳积分发放额、权益兑换额等数据信息进行动态管理，确保低碳消费行为留痕，数据可追溯。

6 低碳消费要求

6.1 商户遴选

商场（超市）应筛选至少10家商户参与低碳消费场景打造，优先筛选对象包括：

- a) 主打浅色系纯棉、亚麻、竹纤维等低碳面料的服装品牌门店；
- b) 主推轻食类、素食类或拥有绿色食品认证的餐饮门店；
- c) 采用简易包装、可替换装、可降解瓶身的绿色美妆洗护门店；
- d) 使用再生塑料等可持续材质、节能设计、支持旧物回收、以旧换新的家居生活用品店；
- e) 销售新能源汽车、自行车等低排放出行工具的商户。

6.2 商品筛选

商户按照“同类商品中碳排放量较低优先”的原则，建立本店低碳商品清单，选取依据按照附录A。

6.3 公共区域管理

6.3.1 公共照明应采用LED灯并分时段控制。

6.3.2 电梯设置“节能模式”，在低峰期减少运行台数。

6.3.3 合理控制室内温度，遵循我国公共场所空调温度控制管理规定，夏季室内空调温度设置不低于26℃，冬季室内空调温度设置不高于20℃。

6.3.4 多点位设置垃圾分类回收装置。

6.3.5 停车场设置推广新能源汽车充电设施。

6.4 供应链管理

6.4.1 优先入驻具备可持续发展、低碳环保理念的品牌商家。

6.4.2 鼓励商户与供应商签订低碳合作协议，明确包装减量、运输低碳等要求。

7 低碳消费引导与宣传

7.1 对消费者

7.1.1 各商户通过线上低碳消费服务小程序、线下门店低碳商品专区、低碳菜单等，宣传低碳消费权益，引导消费者通过订购低碳商品获取积分兑换奖励。

7.1.2 商场（超市）定期开展资源回收、环保市集等主题宣传活动，联合商户开展低碳消费优惠活动，对低碳商品给予限时优惠。

7.2 对社会

定期公布商场（超市）低碳消费运营成果，接受公众监督。

8 监督、评价与改进

8.1 内部监督

定期开展低碳消费服务自查，核查措施落地情况，总结运行过程中的经验及问题不足。

8.2 外部评价

明确第三方机构评价指标（如能耗、资源回收利用、低碳消费额、线上服务平台用户活跃度等），加强评价结果应用，如赋予低碳商户荣誉称号。

8.3 持续改进

根据自查、评价结果，制定年度低碳优化计划，推动服务水平迭代。

附 录 A
(规范性)
低碳商品选取依据数据表

低碳商品的选取应依据下表：

表A. 1 低碳商品选取依据数据表

类别			温室气体 排放量	单位	低碳商品选择
餐厅类	肉制品	鸭肉	3.09	千克二氧化碳当量/千克	优先选择鸭肉、鸡肉
		鸡肉	3.65	千克二氧化碳当量/千克	
		猪肉	5.85	千克二氧化碳当量/千克	
		羊肉	27.91	千克二氧化碳当量/千克	
		牛肉	21.71	千克二氧化碳当量/千克	
	蛋类	鸭蛋	3.46	千克二氧化碳当量/千克	优先选择鸭蛋、鹅蛋或 鹌鹑蛋
		鹅蛋	3.46	千克二氧化碳当量/千克	
		鹌鹑蛋	3.46	千克二氧化碳当量/千克	
		鸡蛋	3.58	千克二氧化碳当量/千克	
	蔬菜	叶菜类	0.18	千克二氧化碳当量/千克	优先选择叶菜类蔬菜、 茄子、菌类等
		茄子	0.22	千克二氧化碳当量/千克	
		菌类	0.27	千克二氧化碳当量/千克	
		瓜类	0.30	千克二氧化碳当量/千克	
		马铃薯	0.31	千克二氧化碳当量/千克	
		豆类类-豌豆	0.38	千克二氧化碳当量/千克	
		辣椒	0.45	千克二氧化碳当量/千克	
		甘蓝类-花椰菜	0.60	千克二氧化碳当量/千克	
		笋类	0.83	千克二氧化碳当量/千克	
		番茄	2.20	千克二氧化碳当量/千克	

表A.1 低碳商品选取依据数据表（续）

类别			温室气体排放量	单位	低碳商品选择
餐厅类	水产品	鱼类-沙丁鱼	0.74	千克二氧化碳当量/千克	优先选择鱼类，鱼类中 优先选择沙丁鱼、金枪鱼、 鲤鱼等
		鱼类-金枪鱼	1.7	千克二氧化碳当量/千克	
		鱼类-鲤鱼	1.8	千克二氧化碳当量/千克	
		鱼类-鲳鱼	2.76	千克二氧化碳当量/千克	
		鱼类-海鲈鱼	3.74	千克二氧化碳当量/千克	
		鱼类-鳗鱼	3.88	千克二氧化碳当量/千克	
		章鱼	4.11	千克二氧化碳当量/千克	
		贝类	7.54	千克二氧化碳当量/千克	
		虾类	14.85	千克二氧化碳当量/千克	
果汁饮品		柑橘	0.18	千克二氧化碳当量/千克	优先选择内容物含柑 橘、梨、苹果等水果的饮品
		梨	0.22	千克二氧化碳当量/千克	
		苹果	0.28	千克二氧化碳当量/千克	
		香蕉	0.31	千克二氧化碳当量/千克	
		西瓜	0.32	千克二氧化碳当量/千克	
		葡萄	0.37	千克二氧化碳当量/千克	
		桃	0.41	千克二氧化碳当量/千克	
		菠萝	0.45	千克二氧化碳当量/千克	
		草莓	0.58	千克二氧化碳当量/千克	

表A.1 低碳商品选取依据数据表（续）

类别		温室气体排放量	单位	低碳商品选择
服装、家纺床品类	丝绢纺织及精加工产品	0.82	千克二氧化碳当量/千克	优先选择丝绢纺织类、涤纶、亚麻、纯棉类服装和家纺产品，同类材质中浅色系优先
	涤纶	3.1	千克二氧化碳当量/千克	
	亚麻纤维	3.8	千克二氧化碳当量/千克	
	纯棉染色织物	4.76	千克二氧化碳当量/千克	
	腈纶	5.4	千克二氧化碳当量/千克	
	棉纤维	6	千克二氧化碳当量/千克	
	羊毛	30.2	千克二氧化碳当量/千克	
	丝线	52.5	千克二氧化碳当量/千克	

附录 B (资料性) 碳积分获取及兑换规则

B.1 碳积分获取方式

B.1.1 碳积分获取方式如下：

- a) 新用户注册。新用户首次登陆低碳消费线上服务小程序平台，即可获得 2 个碳积分，若完成手机号授权，可额外获得 3 个碳积分。
- b) 拉新注册。邀请好友（新用户）注册小程序，获得 2 个碳积分。
- c) 到店消费。到低碳消费场景创建活动商家消费即可获得 1 个碳积分，若消费了低碳商品，额外获得一定数量的碳积分，其中低碳商品的碳积分获取量与商品价格相挂钩，公式为“碳积分获取数量=低碳商品价格*0.1（向上取整）”。如一件低碳商品的价格为 12 元，则碳积分获取数量为 2 个，最高一次性可得 50 个积分。其中，家居用品类、新能源车类商品由于金额相对过高，碳积分数量可另作规定，如购买一款低碳家电商品得 100 个碳积分，购买一辆新能源车得 500 个碳积分。具体操作流程为“获取购物账单小票—打开小程序拍摄上传小票”。
- d) 平台每日问答。参与平台“每日任务”中的“每日问答”活动，回答正确每日可获得 1 个碳积分。
- e) 商场线下打卡。参与平台“每日任务”中的“商城打卡”活动，线下打卡成功可获得 1 个碳积分。

B.1.2 小程序平台界面设计参考如图B.1。



图B.1 小程序平台界面设计参考示意图

B.2 碳积分使用及权益兑换规则

B.2.1 消费者获取碳积分后，有以下两种使用方式：

- a) 积分商城中兑换权益/礼品。进入平台“商城”界面，可使用一定数量的碳积分兑换各类权益/礼品，包括实物类权益、服务类权益和优惠券类权益。兑换各类权益/礼品所需支付的碳积分数量根据权益/礼品具体价值确定。实物类权益兑换成功后，平台运营方将根据消费者填写的邮寄地址于七个工作日内寄送发放；服务类权益兑换成功后，消费者需根据提供的联系人和联系方式自行预约；商家优惠券类权益兑换成功后，消费者可在规定的使用期限内前往对应商家现场出示消费。
 - b) 参与积分抽奖。在“商城”模块，可使用 5 个碳积分抽取惊喜盲盒。惊喜盲盒内含商家门店优惠券、日常生活用品、低碳画作等权益。
- B. 2. 2 小程序平台界面设计参考如图B. 2。



图B. 2 小程序平台界面设计参考示意图

参 考 文 献

- [1] 《中国产品全生命周期温室气体排放系数集（2022）》
-