



营造一个低碳的服务环境

不仅是为了我们自己，更是为了造福后代。低碳减排，从我做起，从身边小事做起.....



低碳减排
DIANFENG YUEDU WENKU

— 0 Zi Tan Ke Pu Guan 0 —



低碳服务

——新理念让我们的生活更美好

主编：田永 本册主编：王辉



天津出版传媒集团

天津人民出版社



低碳科普馆



低碳服务

——新理念让生活更美好

主编：田永 本册主编：王辉



天津出版传媒集团

天津人民出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

低碳服务：新理念让我们的生活更美好 / 王辉主编

· 一 天津：天津人民出版社，2013. 9

(巅峰阅读文库· 低碳科普馆)

ISBN 978 - 7 - 201 - 08331 - 5

I. ①低… II. ①王… III. ①节能 - 青年读物②节能 - 少年读物 IV. ①TK01 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 206192 号

天津人民出版社出版

出版人：黄 沛

(天津市西康路 35 号 邮政编码：300051)

邮购部电话：(022) 23332469

网址：www. tjrmcbs. com

电子信箱：tjrmcbs@126. com

永清县晔盛亚胶印有限公司印刷

2013 年 9 月第 1 版 2013 年 9 月第 1 次印刷

880 × 1230 毫米 16 开本 12 印张

字数：240 千字

定价：23. 80 元

前 言

随着世界经济的发展、人口的剧增，气候问题越来越严重，二氧化碳排放量越来越大，地球臭氧层正遭受前所未有的破坏，全球灾难性气候变化屡屡出现，已经严重危害到人类的生存环境和健康安全，一次次的气候灾害已经让我们尝到了高碳、污染带来的恶果。

地球是我们共同的家园，我们有责任去保护这个家园。但是，随着科技的发展，我们的家园一次又一次地遭受侵害，地球已经越来越虚弱了。我们不能眼睁睁地看着地球被伤害，所以，我们倡议：环境需要绿色，地球需要低碳，我们需要行动！

低碳不仅仅是一种概念，低碳生活也不仅仅是一种时尚，它与我们的生活息息相关，这是一件利在千秋万代的大事。节水、节电、节气，摒弃高碳模式，崇尚低碳生活……就是身边这些不起眼的小事可以让低碳生活变为现实，让我们为低碳环境、绿色地球作出自己的贡献！

地球是我们共同的家园，白云蓝天、雾霭流岚、花香鸟语、蝶舞莺飞……如此美丽的环境需要我们共同的呵护。不要让小河的水总是恶臭，不要让机动车的尾气令人掩住口鼻，不要让草丛里的塑料袋不计其数……让我们牵起手，从一点一滴的小事做起，使我们的地球更美丽，更精彩。

本书旨在引导新时代的青少年一起行动起来，为了我们共同的家园，用自己的实际行动把生活耗用能量降到最低，从而减少二氧化碳的排放，实现绿色低碳生活。低碳生活是一种态度，也是一种责任，更是一种爱，让我们的爱更宽广，更包容，更细致吧！

本书编委会
2012年5月1日

编委会

主 编

田 永

编 委

徐帮学 宋学军 侯红霞

袁 飞 崔峰涛 王更记

高 猛 徐 莉 侯长磊

张 杰

第一章 低碳服务, 传递服务新理念!

一、我们必知的服务常识	003
二、低碳服务业与传统服务业	007
三、高碳服务需悬崖勒马	009
四、绿色服务时代的来临	012
五、低碳服务业的发展重点	016
六、低碳服务业的发展方向	021

第二章 低碳餐饮, 低碳时代的绿色服务!

一、我国餐饮业面临的绿色挑战	027
二、餐饮绿色消费	031
三、低碳酒店与低碳化服务	034
四、我国餐饮业宏观市场环境	039
五、餐饮企业的绿色环保设计	042
六、餐饮企业的绿化	045
七、餐饮企业室内空气质量控制	049
八、餐饮企业的噪声控制	055
九、低碳餐饮与节能降耗	057
十、餐饮业污染物的治理	061





第三章 低碳旅游，让绿色更亲近！

一、认识旅游服务	071
二、绿色规划旅游目的地	072
三、绿色旅游规划面面观	074
四、环境预防管理的绿色设计	080
五、绿色采购	084
六、信息化与低碳旅游业	086

第四章 低碳物流，绿色血液的流通！

一、绿色物流初了解	093
二、新时代的绿色物流	096
三、物流绿色化，管理不可松	101
四、绿色物流理念，让物流飞起来	104
五、企业绿色物流管理措施	106
六、低碳物流行动指南	109

第五章 低碳通讯，营造绿色的信息时代！

一、小小SIM卡，绿色大文章	115
二、电子渠道——多样化的绿色服务渠道	116

三、绿色营销模式	
——人性化的绿色服务模式	117
四、电信九大领域实现低碳经济	120
五、移动网络设备节能	124
六、绿色手机报	129
七、低碳通信的努力	133

第六章 低碳企业，向节能激进！

一、节能与可持续发展	139
二、节能的科学发展观	143
三、节约型企业的含义	146
四、余热资源	149
五、空调系统节能	154
六、电机系统节能	159
七、过程能量优化	166
八、高效节能照明	172
九、节能新机制	176





第一章

低碳服务,传递服务新理念!



一、我们熟知的服务常识

一起来给服务下个定义

“服务”这个词，从广泛的意义上说，是在社会分工存在的条件下，人们分别进行不同的劳动，在不同行业中进行操作，彼此为对方提供服务。《辞海》是这样解释服务的：“不以实物形式而以提供活动的形式满足他人某种需要的活动。”但在现实生活中，由于社会分工的发展，一部分人不从事工农业生产，只为他人提供非工农业产品的效用或有益活动，人们便把这种现象称之为服务。实际上，要想简单地说明服务是什么和它的本质是什么，是非常困难的。服务涉及人类复杂的行为，国内外至今也没有形成一个被普遍接受的权威观点。随着时代的变迁，对服务的理解也在很大程度上发生了变化，并不断被赋予新的含义。在现代社会，准确地理解和把握服务的内涵与外延，已成为经济、政治、文化各个领域的重要问题。

世界各国从事服务管理研究的学者们从不同角度对服务给予定义，一般认为，服务是一种为销售而提供的、能够产生利益和满足感，但又不引起商品实体形式变化的活动。服务是一种特殊的无形活动，它向顾客提供其所需的满足感；它与其他产品销售和其他服务并无必然的联系。



微笑服务

美国营销学会对服务的界定为：服务是用于出售或者是同产品连在一起进行出售的活动、利益或满足感。

Valarie Zeithaml和Mary Jo Bitner提出：“服务是行动、流程和





绩效。”

Cengiz Haksever和Barry Render等提出：“服务，就是提供时间、空间、方式或是心理效用的经济活动。”

James Quinn、Jordan Baruch和Penny Cushman Paquee认为：服务包括所有的产出不是实物产品或建筑的经济活动，它通常在生产的同时进行消费，并且以某种形式提供附加价值（例如便利性、娱乐性、时效性、舒适或健康），它特别强调与顾客相关的无形性。

Earl Sasser、R. P. Olsen、and D. D. Wyckoff从商品与服务的差异角度来理解服务：商品是有形的实物对象或产品，它能够创造和传递；它是一种超越时间的存在，因此能够在以后制造和使用。服务具有无形性和易逝性。它是一种形成和使用同时或者几乎同时发生的事件或流程。

James Fitzsimmons也持类似的观点：服务是一种顾客作为共同生产者的、随时间消逝的、无形的经历。

以上关于服务的定义都包含一个共同点，即强调服务的无形性以及生产和消费的同时进行，服务可以进行交易，但是它与有形产品交易的方式有所区别。若将商品理解为是一种有形的物品，它可以通过生产和销售等环节供消费者日后使用。从定义上看商品和服务似乎是泾渭分明、容易区分的，而在现实生活中，几乎所有商品的交易都是在服务推进下完成的。同样，每一项服务的提供，也都有伴随着的商品。商品和服务这两个概念并没有一道清晰的分界线的，它们是不可分割的统一体。

被称为北欧服务管理学派奠基人之一的芬兰瑞典经济管理学院服务营销学教授克里斯



顾客与职员





蒂·格朗鲁斯在综合了前辈学者思想之后就服务提出以下定义：

服务一般是以无形的方式，在顾客与服务职员、有形资源商品或服务系统之间发生的，可以解决顾客问题的一种或一系列行为。

我们认为，服务不仅是一种无形的活动，而且更是一种观念；服务的方式可以是一种劳动，一种行为，也可以是一种展示，其本质是无形的，极易消逝的，生产与消费几乎是同步的。服务是更好地与消费者沟通，挖掘消费者现有的或潜在的需求，并最大限度地满足需求、获得利润、创造财富、取得竞争实力的活动或过程。服务贯彻的是一种观念，一个服务于顾客的观念。不管是制造企业，还是服务企业，都在为顾客服务、为社会服务；不管是制造企业的员工还是服务企业的雇员，都是在为他人服务。企业得以生存、发展的途径正是为社会、为他人提供的服务得到了认可，从而获得了回报，因此，企业研究服务也好，研究质量也好，都不能离开消费者，即接受服务的人（不管是直接的还是间接的），为顾客服务的观念贯彻得好，服务质量就会提高，企业就会增强竞争力，才能得以持续、稳定、长久地发展。

不同角度的服务定义

1. 从投入产出的角度定义服务。服务运营的过程实际上可以看做是一个投入—变换—产出的过程。任何一个企业的运营过程实际上都是投入人力、物料、设备、技术、信息等各种资源，经过若干个变换步骤，最后成为产出的过程。但是，产出形态最后有两种：有形产品和无形服务。实际上任何一个企业，无论是制造业企业还是服务业企业，其所提供的产出实际上都是“有形产品+无形服务”（或“可触+不可触”）的混合体。从顾客的角度来说，顾客无论购买有形产品还是无形服务，其目的都不仅仅是为了得到产品本身，而是为了获得某种效用或者说收益。因此，从产出的角度定义服务，可以把服务定义为：“服务是顾客通过相关设施和服务载体所得到的显性和隐性收益的完整组合”。

1. 这种定义的实质是：顾客所得到的不仅仅是纯粹的服务，而是包



括服务载体等在内的一系列有形和无形收益的组合，也就是说，顾客所得到的的是一个“完整的服务产品”，其目的是满足顾客的某种需要并尽量提高其满意度。但是，值得注意的一点是，对于制造业企业的生产过程，即投入产出过程来说，投入的只是制造产品所需的资源（人力、物料、设备等），而对于服务业企业来说，有时“顾客也是投入的一部分”，顾客需要身处服务系统之内，参与到服务过程中去，例如，医疗服务、律师咨询、投资理财等。

2. 从过程的角度定义服务。

服务是满足顾客需要的过程，正如Dorothy I. Riddle (1986年)和Leonard L. Berry (1984年)所说：“服务与普通产品的最大区别，在于它主要是一个过程、一种活动。”制造业的产出是生产制造过程结束后的产物，即一种明确可得有形产品，而服务则是从了解



律师咨询服务

顾客的需要到采取行动去满足其需要，并最终赢得顾客满意的一个完整过程，而且过程本身包含顾客。

3. 从服务的性状角度定义服务。从服务的性状角度出发，可以将服务定义为“可触和不可触两部分要素构成的组合”。任何一项服务也都是“可触+不可触”的混合物。这种定义强调了服务所具有的这样一个特点，即其中物质性部分（可触部分）易于统一地、定量地评价，但非物质性部分，如方便性、速度、友好程度、信任度、清洁度、气氛、吸引力等，不同顾客口味各异，难以统一地、定量地评价。

4. 从管理的角度定义的服务。按照ISO9000系列标准，服务被定义为：“为满足顾客的需要，在同顾客的接触中，供方的活动和供方活动的结果。”从管理角度来看这个定义，服务既然是一种活动，提供服务的组织（供方）就必须对活动过程进行有效的计划、组织与控制；服务既然是一种结果，就必须达到满足顾客要求的目的。



二、低碳服务业与传统服务业

低碳服务业是指以低碳技术为支撑，在充分合理开发、利用当地生态环境资源基础上，实现最小碳排放的现代服务业。其发展在总体上有利于降低经济社会的资源、能源消耗强度，是整个低碳经济得以正常运转的纽带和保障。

改革开放以来，我国服务业得到了很大发展，市场化、产业化和国际化水平有了明显提高，领域不断拓宽，服务水平逐步提高，服务产品不断丰富。服务业的快速发展推进了产业结构调整升级，在促进经济平稳较快发展、扩大就业等方面发挥了重要作用。我们应清楚地认识到，尽管服务业对环境的影响没有工农业那样直接和显著，也往往被人们忽视，但是服务业在提供服务的过程中也会消耗和使用实体产品并产生一定的废弃物、废水、废气和其他无形污染，对环境产生一定的负面影响。

首先，服务业在服务的过程中所消耗的资源会对环境产生不良影响。

服务业在为消费者提供服务的过程中，往往会消耗各种稀缺自然资源，与低碳经济原则相违背。目前，随着我国餐饮业的发展，造成一些濒危野生动植物的数量越来越少甚至几近灭绝；大量房地产开发不仅挤占了宝贵的绿地及有限的农耕地，还会造成植被破坏、土壤沙化、生态环境衰退的后果；旅游业的发展造成对原始生态环境的破坏；服务业中的各类交通工具都不同程度地消耗着石油等不可再生资源。

其次，服务过程中产生的废弃物和排放物对环境产生不良影响。

企业在进行服务的过程中，在不同程度上会利用或消耗有形的实体产品，这些有形产品的使用会产生废弃物和排放物，如果不能有效地进行治





理,就会破坏环境和污染环境。这些废弃物和排放物主要包括三类:(1)服务型企业产生的固体废弃物。如在零售行业、饮食业和物流企业的服务过程中,大量使用的塑料包装、一次性餐盒等难以降解的塑料制品,造成了白色污染。(2)服务型企业排放的废水。随着我国餐饮业和宾馆业的快速发展,部分污水未经任何处理直接进入管网,甚至直接把污水就近排入江河湖泊,造成了严重的水体污染,极大地增加了城市污水处理的负荷。(3)服务型企业排放的废气。各种交通工具在行驶中会排放含有二氧化碳、铅、氮氧化物等污染物的尾气;同样,宾馆等服务业的采暖设施的排放物也会造成对大气的污染。

再次,服务过程中对环境产生的其他无形污染。这些污染主要有以下三类:

(1)噪声污染。服务业所依赖的众多的车辆、船舶、飞机等交通工具已成为最大的噪声来源,严重地影响着人们的身心健康;大量的基础设施建设和日益发展的房地产行业也带来了大量的建筑和装修噪声;歌舞厅等娱乐行业也会造成噪声污染环境。

(2)光污染。各大商店、娱乐场所和城市亮化区的灯箱广告亮化了城市,但也危害着人们的健康。

(3)电磁波辐射等污染。电磁波辐射污染通常被称为“电子烟雾”,现代人群大多生活在它的包围之中,手机、电脑和电视都是它的主要来源。另外,医疗和保健服务中使用的部分器械,在诊断和治疗疾病的同时还会产生放射性污染,对人体和环境造成伤害。

因此,只有实现了尽可能少的碳排放的服务业才可称之为低碳服务业。目前要推进我国低碳服务业发展,需要转变观念、拓宽思路、认清现状,着力解决存在的突出问题,加快推进服务领域改革,不断优化服务业发展的体制机制环境,构建有效促进服务业发展的政策体系,促进我国服务业快速健康和可持续发展。



三、高碳服务需悬崖勒马

1. 传统服务业

服务业是现代经济中的一个重要产业。服务业是利用设备、工具、场所、信息或技能等为社会提供劳务、服务的行业。商品的生产和交换扩大了人们的经济交往，为解决由此而产生的人的食宿、货物的运输和存放等问题，出现了餐饮、旅店等服务业。随着城市的繁荣，居民对生活质量要求不断提高，生活服务业已经成为现代社会中不可或缺的一个产业。此外，社会化大生产创造的较高的生产率和发达的社会分工也促使生产企业中的某些为生产服务的劳动从生产过程中逐渐分离出来（如工厂的维修车间逐渐变成修理企业），加入服务业的行列，成为为生产服务的独立行业。



传统服务业

随着社会的发展，服务业在现代社会生活中所占的比重越来越大，从表面上看，服务业比工业的碳排放要少，但是深入分析我们会发现服务业的碳排放也是不容忽视的。目前，中国的服务业在GDP(国内的生产总值)中所占比重不到40%，而在美国高达80%。相关研究表明，中国2050

年的第三产业比重将达到63.7%，也就是说将来经济的重心必然是第三产业，节能减排的重点环节也在于此。

2. 不可小视的服务碳排放

服务业主要有餐饮业、零售业、物流业、旅游业和金融业等细分服务内容，为消费者、生产者和经营者等社会个体提供各种各样的服务需求。

