

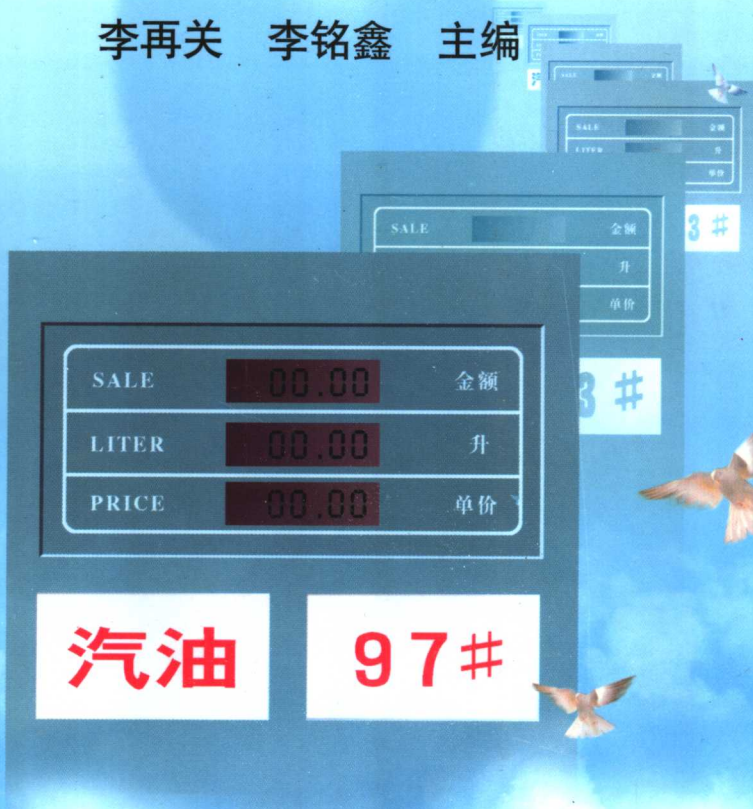


中国石化集团销售企业培训系列教材

WHXL/2000-006

油品终端销售

李再关 李铭鑫 主编



中国石化出版社

中国石化集团销售企业培训系列教材

油品终端销售

李再关 主编
李铭鑫

中国石化出版社

内 容 提 要

本书是石化销售企业加油站员工的培训教材。主要内容有：油品销售业务知识；油品基本知识；安全知识；油品销售服务规范；加油、记帐、开票等岗位操作技能；加油站油品计算；加油站主要设备的基本原理、使用及维护保养；计算机在加油站的应用；加油站车辆服务；案例分析等。考虑到今后加油站的发展，增加了 IC 卡、加气站方面的内容。

图书在版编目(CIP)数据

油品终端销售/李再关,李铭鑫主编. —北京:
中国石化出版社,2000
中国石化集团销售企业培训系列教材
ISBN 7-80164-016-0

I. 油… II. ①李…②李… III. 石油产品-销售-教材 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 72412 号

中国石化出版社出版发行

地址:北京市东城区安定门外大街 58 号

邮编:100011 电话:(010)84271850

http://www.sinopec-press.com

E-mail:press@sinopec.com.cn

北京精美实华图文制作中心排版

三河市三佳印刷装订有限公司印刷

新华书店北京发行所经销

*

787×1092 毫米 16 开本 9 印张 227 千字 印 32001—35000

2000 年 11 月第 1 版 2002 年 8 月第 1 版第 3 次印刷

定价:20.00 元

《油品终端销售》编写、审订人员名单

主 编：李再关 李铭鑫

编 写：李再关 李铭鑫 郭建新 刘佳

主 审：胡明月 周天中

中国石化集团公司销售企业 培训系列教材、试题库编写委员会

主任委员：韩庆志

副主任委员：何永新 赵永明

委 员：(按姓氏笔划为序)

尹玉坤 王孚智 王显成 刘龟龄

江运堂 何元芝 陈国方 张文林

张亚东 张志新 李铭鑫 郑凤敏

茅永新 胡明月 徐鼎生 盖志强

顾志军

总 编 辑：王孚智

副 总 编 辑：胡明月

中国石化集团公司销售企业 培训教材、试题库审定委员会

主任委员：韩庆志

副主任委员：何永新 赵永明

委 员：(按姓氏笔划为序)

于启显 于 辉 王显成 刘世湘

任泽民 陈中楠 周路明 胡明月

黄孝新 韩学信 蔡协毅

前 言

《油品终端销售》是中国石化集团销售企业为提高加油站员工的业务和技术素质而编写的培训教材。本教材以中国石化集团公司颁发的《加油站管理规范(试行)》为依据,并注意了与加油站站长岗位资格培训教材《加油站经营与管理》在使用层次与知识内容上的区分和衔接。

《油品终端销售》以中国石化集团公司加油站设置的岗位技能为主线,以各岗位应掌握的应知应会知识为基本内容,以油品销售工人技术等级为标准,力求简明扼要,通俗易懂。同时,也注重了新技术、新知识的介绍。

本教材着重介绍的岗位有:班长、加油员、开票员、记帐员、计量员(兼职)、安全员(兼职)等。在进行工人的职业资格或技术等级培训考核鉴定时,除基础知识的培训考核外,应注意结合以下条件进行:

1. 初级工至少应熟练掌握 2 个岗位的知识 and 技能, 首选岗位是加油员和 安全员;
2. 中级工应熟练掌握 3~5 个岗位的知识 and 技能;
3. 高级工应能熟练掌握加油站全部岗位的知识 and 技能, 并能担任一定的 培训工作;
4. 技师和高级技师, 除熟练掌握高级工的知识 and 技能外, 应能担任员工 的培训和考核工作, 并能协助站长解决加油站经营、管理和技术上的疑难 问题。

本书由李再关、李铭鑫主编。在策划、编写、审订过程中,得到了王孚智、胡明月、周天中、窦保元、郭为民、吴建峰、施勇勤、万鹏、吴金林、毕港峰、叶永良、徐玉朋、乔双喜、郭建新、晨红雨、刘佳和王凤山等同志的指导和协助,在此一并致谢。由于编者水平有限和编写时间的仓促,不足之处在所难免,恳请从事油品终端销售的广大站长、员工和同行专家提出宝贵意见,以便再版时修正。

编 者

目 录

第一章 油品终端销售业务知识	(1)
第一节 加油站油品销售业务	(1)
第二节 油品销售服务规范	(9)
第二章 油品知识	(14)
第一节 汽油	(14)
第二节 柴油	(16)
第三节 煤油	(18)
第四节 润滑油	(18)
第五节 石油产品的感官鉴别	(24)
第六节 气体燃料	(27)
第三章 安全知识	(29)
第一节 安全基本知识	(29)
第二节 加油站的事故预防及灭火措施	(32)
第三节 加气站的安全	(36)
第四节 消防器材的使用与保养	(38)
第四章 加油站岗位操作技能	(42)
第一节 交接班	(42)
第二节 加油	(44)
第三节 营业开票	(48)
第四节 帐务处理	(52)
第五章 油品计量	(73)
第一节 概述	(73)
第二节 油品收卸	(77)
第三节 计量结果处理	(93)
第六章 加油站设备使用与养护	(97)
第一节 概述	(97)

第二节	加油机	(97)
第三节	储油设备	(107)
第四节	加气站工艺及设备	(112)
第五节	加油站营业厅(室)的使用与安排	(117)
第七章	加油站计算机应用	(119)
第一节	加油站计算机管理系统	(119)
第二节	加油站的电脑操作	(122)
第八章	车辆服务	(125)
第一节	车辆润滑	(125)
第二节	车辆清洗	(126)
第九章	案例分析	(130)

第一章 油品终端销售业务知识

加油站是石化销售企业的最基层单位，是成品油销售的终端。员工的业务素质直接影响着企业的形象，而且加油站经营管理水平的提高也必须有精通业务的高素质员工队伍。这就要求每个员工都应掌握油品知识，进、销、存业务，安全知识，服务规范等，这是做好销售服务工作，提高管理水平的基本保证。

第一节 加油站油品销售业务

油品销售员工是中国石化集团销售企业的成员，在成品油终端销售部门担任油品进销、收发保管、收款记帐等具体工作，他面对市场，处在联结产销的第一线，每位员工的一言一行、精神风貌都代表着销售企业的社会形象和管理水平。因此，每位员工必须掌握加油站的销售业务知识，提高自身业务及综合素质，通过向用户提供优质服务和高品质的产品，从而树立销售企业信誉，提高加油站的经营管理水平，扩大零售市场占有率。

一、加油站的地位、作用

(一) 中国石化集团公司成品油流通体制

省、市石油公司负责接收中国石化集团公司销售部分配的成品油及所属区域资源的配置、价格及资金统筹管理；地、市级石油公司接收省一级调拨的成品油并进行分配。终端销售网包括加油站、石油商店和农村网点，主要以加油站为主，石油商店主要经营润滑油、脂及一些特种油品。

(二) 加油站的特点及基本任务

加油站主要是以经营汽、柴油为主，并兼营润滑油、脂及车辆服务。销售对象是油品的直接消费者。加油站的经营主要是执行石化销售企业的营销策略及服务规范标准，从市场需求出发，经营适销对路产品，满足客户需要，为客户提供质优量足的油品和优质的售前、售中、售后服务，力争占有更多的零售市场份额。经营中应及时向主管部门反馈市场信息，以便能根据市场需求组织进销。加油站应不断改善和提高经营管理水平及服务质量，树立良好的中国石化集团企业形象，使中国石化集团销售企业(以下简称石化销售企业)品牌深入客户心中。

(三) 加油站的地位、作用

加油站是石化销售企业的零售网点，是成品油的终端销售专营点，是石化销售企业为社会服务的窗口。从成品油的整个流通环节看，从加油站销售出去的油品进入了消费领域，实现了生产目的和商品价值。此外，加油站还是连接产与需的纽带，所有加油站构成了石化集团公司的成品油销售网络。因此，加油站经营的好坏，其服务质量的优劣，直接影响石化销售企业在零售市场中的竞争能力和经济效益。

加油站(店)还是宣传油品的理想场所。在油品销售中，通过向用户宣传、推荐性能

优良、节能效益明显、有利于环境保护的新产品，通过指导用户科学合理的用油，促进国产新产品的推广和产品的更新换代。因此，加油站的油品销售在石油商品再生产过程中具有重要作用。

综上所述，加油站的经营直接关系到石化销售企业的生存与发展。

(四) 加气站的地位和作用

随着国民经济的不断发展，城市中汽车的数量急剧增加，汽车尾气中有害气体(烃类、一氧化碳)的排放给城市环境造成了严重的污染。为了减少汽车尾气的排放，净化空气，充分利用各种油气资源，节约能源，今后将在大中城市建设一批加气站，以降低有害气体的污染，改善城市空气质量。

二、油品销售员工的任务及要求

(一) 油品销售员工的任务

加油站员工的言行代表着销售企业的形象，在油品销售中发挥着重要的作用。油品销售员工的主要任务有：

1. 做好油品销售工作

这是每个员工最基本、最重要的职责。要做好油品销售工作，应做到：

(1) 树立为客户服务的思想。加油站经营活动的出发点就是为市场，为消费者服务。其经营服务宗旨是坚持“信誉第一、顾客至上”。也就是要通过每一位员工提供的优质服务和优质商品，使客户的消费满意，一切从客户需求出发，因此树立为用户服务的思想是做好油品销售工作的基础。

(2) 规范作业。每位员工都应把规范化服务内容落实到实际行动中。作业中要严格执行操作规程及员工服务标准，让顾客亲身感受到每一位员工的服务质量，并在顾客心中留下深刻印象。

(3) 工作中的奉献精神。每一位员工都必须充分认识到自己的一言一行都与企业的形象紧密联系在一起，都要对自己的工作有一种荣誉感，以一种“站荣我荣”的使命感去投入地工作，以顾客满意为服务准则，愉快、亲切、勤奋地工作。

(4) 做好本企业油品的宣传销售工作。在销售中要把本企业的产品作为重点向客户宣传、推荐，使客户了解产品的性能及使用情况等，扩大产品的市场占有率。

2. 参与企业经营管理

每一位员工应关心自己的企业，在做好本岗位工作同时多提合理化建议，依靠集体智慧和共同努力实现加油站管理水平的提高。

(二) 对油品销售员工的基本要求

1. 有较强的敬业精神

(1) 每位员工都应具有强烈的事业心和责任感，热爱自己的本职工作，刻苦钻研业务。

(2) 树立“顾客至上”的观念。这样才能处理好企业、员工和消费者的关系，以高质量的商品和高水准的服务来吸引消费者，树立良好的企业形象。

2. 有良好的职业道德修养

(1) 油品销售员工加强职业道德修养的重要意义

① 有利于促进石化销售企业以服务为宗旨的营销风气的形成。石化销售企业特别是零售部门的油品销售人员，每天接触大量的客户，为客户开票、收款、加油、润滑车辆、提供服务。如果每位员工都能在工作中摆正位置，树立正确的服务观念，从客户需求出发，经营品种适销对路，介绍商品实事求是，服务态度主动热情、耐心周到，那么在石化销售企业必将形成一个为客户服务的良好经营风气，服务质量将迈上一个新的层次。

② 有利于培养造就石化销售企业的一批高素质油品销售队伍。油品销售人员是零售企业的骨干，在改进和提高加油站经营管理中起着重要作用，通过加强对员工职业道德修养水平的提高，使每位员工都能热爱本职工作，忠于职守，树立奉献石化的精神，从而造就一批思想好、业务精的销售队伍。

③ 有利于树立良好的企业形象。油品销售员工是整个石化集团公司企业形象的代表者，因此提高销售员工的职业道德水平，对石化集团公司的发展有着重要意义。

(2) 对油品销售员工职业道德的基本要求

① 全心全意献身石化。油品销售员必须做到热爱石化、开拓进取、献身石化；

② 信誉第一、顾客至上、文明经营。出售油品质量合格，数量充足，服务态度主动热情、文明礼貌；

③ 团结一致，相互协作。工作中相互团结，协同一致，各岗位之间密切联系，紧密衔接，通力合作。员工之间平等、互助；

④ 知法守法，遵章守纪。员工应能够模范地遵守劳动纪律，按制度办事，不违章作业，不做损公肥私等法律所不容之事，维护销售企业的形象。

3. 不断学习，努力提高自身素质

油品销售员工应通过参加各种培训及自学，不断提高自身的文化水平、心理素质和业务素质，以保证圆满完成工作任务，对其素质的要求具体表现在：

(1) 每位员工应具备一定的文化基础知识。如一定的语言表达能力、加油站经营管理知识、法律等方面的知识，为更好地完成任务奠定一个良好基础。

(2) 工作中要有自信心。相信自己有能力出色地完成本职工作，要培养解决实际问题的能力。

(3) 要具备一定的专业知识，如油品知识、加油站的营销知识及操作技能等。

三、零售业务

(一) 加油站的经营内容

加油站的经营主要包括主营、兼营两项业务。主营经营内容有汽油、柴油、煤油及润滑油、脂的零售。在搞好主营业务同时，有的加油站还根据本站的具体情况条件开展了一些兼营业务。如洗车等车辆服务项目及方便顾客的其它服务，这些兼营项目不仅方便了顾客，也促进了主营业务的发展。

(二) 加油站的经营方式

石化销售系统加油站依据其经营管理方式可分为连锁经营和独立经营两种。

1. 连锁经营

(1) 加油站(店)的连锁经营是指在一定的地区范围内，总部对其所属加油站(店)及有契约关系的加油站(店)采取统一管理的办法，通过规范化经营，实现规模效益的经营组合

合形式。实行连锁经营便于统一的规范化管理，避免出现内部同业竞争的混乱局面，如相互排挤，产品质量问题等，便于对外竞争，稳定市场，有利于维护企业形象，以最低成本产生最大效益。

(2) 加油站连锁经营主要有以下特点：

- ① 同一资本开多个分站；
- ② 同一总部管理多个分站；
- ③ 统一经营集中管理；
- ④ 管理实行标准化、规范化、科学化；
- ⑤ 进行共同的经营活动。

(3) 石化销售系统加油站连锁经营的管理模式如图 1-1。

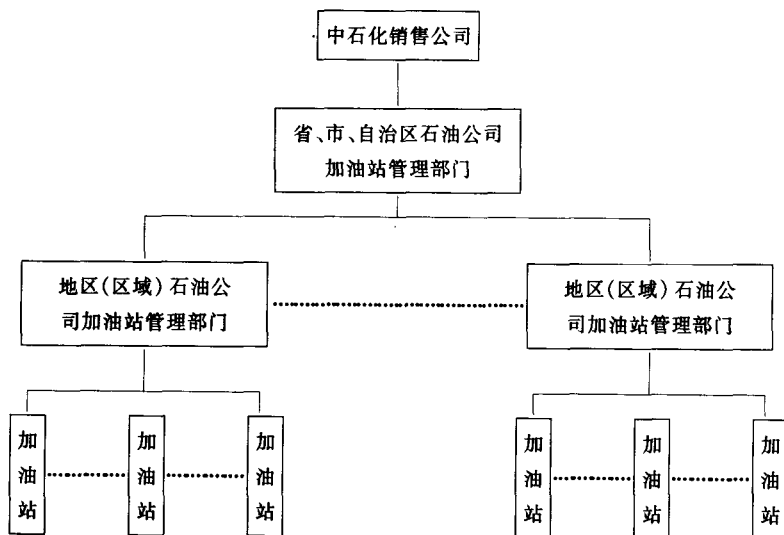


图 1-1 加油站连锁经营的管理模式

各部分机构职能为：

① 中石化加油站管理部门负责制定总的销售策略，从宏观上制定加油站的经营策略，连锁加油站的标识及外观形象，统一的加油站发展规划、服务质量标准、操作规程及管理规范。

② 省、市、自治区石油公司的加油站管理部门负责从业务上领导本省、市、自治区的各地加油站管理部门，督促实施销售公司的加油站经营策略，负责所属加油站建设、经营管理、监督考核，结合本地的具体情况，制定更加详细的具体管理细则并落实措施的实行，抓好站长的培训工作。

③ 各地区加油站管理部门负责具体贯彻落实执行上级制定的营销策略及各项管理制度，制定经营计划，组织油品运转，统一进货，推广新产品，开发新站，统一广告促销和形象设计，加油站员工的培训等。地(市)公司还负责对县(市)公司加油站管理部门工作的指导或直接管理。

④ 连锁加油站的主要职能是按照规范管理标准承担日常的销售业务。这种销售职能主要表现为：组织好进货，及时把商品陈列出来，抓好本站的各项工作，做好规范化服务，不断提高服务质量，扩大销售，经营中做好信息收集和反馈工作，做好储存油品

管理。

(4) 加油站连锁经营的分类。加油站的连锁经营从经营管理体制上划分,有3种类型:

① 直营连锁。是指全部资产同属于石化集团,并由其统一经营的加油站,又称正规连锁店,它是石化集团加油站连锁经营的基本形态。

② 特许加盟连锁。特许加盟连锁是各地区加油站管理总部和加盟站之间靠契约结合起来的一种形式。根据契约其加油站管理总部必须将自己的商标、商品等足以代表自己公司营业形象的标志,供加盟站使用,并给予加盟站人员培训、商品供销、组织结构、经营管理等方面以指导和协助。加盟站是独立法人,除享有总部赋予的权利外,也需按规定缴纳一定的费用。

③ 自由加盟连锁。自由连锁是由一个管理总部和多个加盟站结合而成的经济事业体。各加盟站是独立的法人,在资产上独立,人事安排自主,经营上有很大的自主权。加盟站向总部交纳一定数量的广告费、指导费等。总部主要负责向加盟站统一供货、统一使用信息和进行广告宣传,总部不以盈利为目的,其利益大部分返还给企业,努力促进加盟站的繁荣。

(5) 加油站连锁经营的管理。连锁经营在管理上实行简单化、专业化、标准化的三化原则。

简单化就是将加油站作业流程尽可能地化繁为简。将财务、油源、物流、信息管理等各个子系统简化,去掉不必要的环节和内容,以提高效率,为此要制定出简明扼要的操作手册,员工按手册操作,各司其职,各尽其责。

标准化指加油站的一切工作都按规定的标准去做,例如所有加油站的标识和外形设计,整个加油站的经营运作,每个环节、岗位都制定出标准来,并都按标准去操作。

在油品进货上实行集中配送原则,这样可以降低成本,提高效率,取得规模效益。

在信息上实行网络化的原则。加油站连锁系统的信息要求全面网络化,做到信息资源共享。

(6) 连锁经营的配送中心职能。各加油站的油品配送,是实行连锁化经营企业生存和发展的保证,是促进成品油终端销售连锁化经营成功的基础。加油站的连锁经营是通过其管理总部开展的合理油品配送,进而实现多品种、高质量、少批量、低费用、高周转、高效益。它的主要职能是:

① 油品保管储备。配送中心对于某些常年销售、采购数量较大的汽油、柴油要保持一定库存储备,保证随时满足各连锁站的需要。

② 油品采购。根据各连锁加油站的要货计划,结合配送中心储存的实际能力,本着勤进快销、以销定进的原则,制定采购计划,组织进货。

③ 油品配送。由于各连锁加油站提出的要油品种不同,数量不等,这就要求配送中心按各站的要油计划进行配货、分送。

④ 油品运输。由于各连锁加油站数量多,分布地域广,配送中心必须要有一定规模的运输工具,确保把配送的油品安全、准确、及时地运送到各连锁加油站,以满足销售要求。

此外,还有提供信息和防止假冒劣质油品进入市场的职能。

2. 独立经营

是指石化销售系统的经营部门与系统外单位或个人以一定的协议方式共同经营加油站，在财务上采取独立核算的一种经营方式。

(三) 油品销售业务程序及要求

进、销、存是加油站油品流转的重要环节，加油站应根据市场的供需变化，安排好油品的进销环节，满足客户要求。

1. 进货业务

进货工作是加油站组织商品流转的起点。为销售业务提供物质基础。货源组织得当，调运及时，可确保加油站的正常经营活动的进行。因此加油站必须根据加油和门市零售的需求，积极组织货源，确保市场需求。

(1) 进货原则

- ① 加油站的进货必须由主管公司统一配置，不得擅自外采。
- ② 以销定进，合理编制进货计划，做到不积压，不脱销。
- ③ 按照当地市场的需求配齐品种，满足顾客的需要。
- ④ 严把进货质量关，对所进油品应严格验收，所进油品必须符合国家或行业质量标准，杜绝不合格商品进站。
- ⑤ 积极组织调进、推销集团公司提倡的高科技、新技术等有关产品。

(2) 进货流程

加油站的进货流程要经过货源衔接→组织运输→验收入库的过程，才能完成进货任务。

① 货源衔接。加油站必须根据其库存及销售动态及时向上级油品配送单位提前提出要货计划，要货计划包括月、旬计划，并按日要货。计划内容包括油品品种、数量、时间，确保货源充足。

② 组织运输。合理组织油品运输，可减少油品损耗，提高经济效益。加油站油品运输一般由主管公司组织。主管公司根据各站日要货计划，合理安排运输，尽量避开加油高峰期送油。应保证做到不脱销、不断档。

③ 验收入库。运输部门将油品送到站后，加油站需查验送货凭证，应进行数量、品种、感官检验核对，经验收合格后方可安排接卸，并填写进货验收登记表。

(3) 进货业务中的注意事项

① 注意上级油品配送部门的货源变化。加油站应经常与配送部门联系，确保销售需求。

② 注意销售情况的变化。加油站应做到品种齐全、以销定进、勤进快销。

③ 注意油品的及时验收。到站的油品，不论是散装还是整装均要及时验收，确保正常营业。

2. 销售业务

销售业务在加油站的各个经营环节中占有主导地位，是油品销售作业的中心环节。

(1) 油品销售流程为：成交→开票→结算→付货→制表。

(2) 销售形式：

油品零售中加油站以销售汽、柴油为主，散装出售，门市主要销售润滑油、脂及其它

特种油品，整装出售，其销售形式主要有以下几种形式：

① 现售现提。它又称现售业务，这是加油站(店)最主要的销售形式。客户以现金购油，当场开票，付款加油(提货)，银货两清。必须做到随到随卖，不准拒售或惜售。

② 凭卡加油。指客户预先购买加油站的指定用卡，指定用卡有电子货币卡(主管公司发行的专用 IC 加油卡，银企合作发行的联名加油卡)和银行信用卡(加油站和银行签订合同，用银行信用卡加油)，然后持卡直接加油的一种销售方式。这种方式实现了油品零售作业自动化，加油站网络化和系统化，减少了现金流通，消除了油票流通造成的弊端，提高了经营水平，同时也方便了客户。

③ 凭券加油。指用户预先从石油经营部门购买了油券(票)，在需用时凭券提取票面规定的油品品种及数量。加油站必须在规定期限内，按照客户需要的品种及面额发售，在油券到期前及时通知客户兑换到期的油券，并出售下期油券。

④ 定点加油。指一些单位规定本单位的车辆只能在某一个加油站加油，加油时凭代油券加油，然后定期进行清算的一种加油方式。定点加油销售按照先付款，后加油的原则，双方须办理购销手续，签定购销合同，明确双方责任义务，加油站应建立定点加油专户台帐，不准赊销油品。每次加油后，加油员须和定点用户(加油车司机)双方据实记录、签字、确认。每日营业终了做好登统台帐工作。

⑤ 直接销售。加油站的直接销售指加油站收到客户货款后，开据发票，由加油站负责办理提货手续，送货上门。但销售价格须按主管公司规定执行。

3. 储存业务

在油品销售作业中，储存业务是第三个重要环节。储存业务包括油品的收付调运和保管，其基本要求是“准确、及时、节约、安全”。做好油品的验收、发付、保管和盘点工作，减少损失，以充分利用和发挥仓储在进销中的作用，为进销服务，为市场服务。

(1) 商品的合理储存

库存油品是石化经营部门供应市场的物质保证。保持一定数量的库存，才能维持销售业务的正常进行。库存过多过少都不利于企业的经营。库存过多必将占用大量资金，库存过少则会造成油品脱销，影响销售业务的正常进行。所以，石化零售企业必须保持合理的油品库存，安排合理的库存结构。

合理库存是指确保市场供应，兼顾商品资金使用效益和留有适当后备的前提下，商业企业必备的商品存量。通常以平均每日销售量乘以油品周转天数来确定。

保持合理的库存品种是为市场供应服务的主要内容之一，各加油站必须保证汽、柴油与平均日销量有一个适当的比例，对销量不大的油品和季节性较强的油品不宜多存。在品种和数量上既要满足用户需要，又有利于资金正确运用。

(2) 油品储存

① 散装油品储存。油罐储存是各零售网点的主要收储形式。除了专营润滑油、脂的一些店外，绝大部分的零售网点以地下油罐为主。由于加油站主营的汽、柴油具有易燃、易爆、易蒸发的特性，按消防要求在市区内的加油站必须埋设地下油罐存储，以利于安全。

② 整装储存。整装油品应入库储存，整装油品储存的关键是保证油品质量和储存安全。对听装油品堆垛，要求听装油品须分类堆垛，标识清楚，垛底应加木条、木板等防潮垫

物，交叉堆垛，双行并列，最高不超过五层，垛与垛间应保留 0.5~0.8m 的过道。储存中按品种建立保管帐，定期盘点，做到帐货相符。

4. 油品保管

(1) 油品在储存中质量变化的原因

① 轻质成分蒸发。由于容器密封不严，温度升高，或多次倒装等原因，使轻质馏分蒸发，造成油品理化性质变化。

② 氧化变质。油品长期储存中的质量变化，大都是氧化引起的。油品在储存和作业中与空气接触容易引起氧化变质。

③ 混入机械杂质、水分或其它油品。容器封闭不严，抽注油用的工具不清洁，易混入机械杂质和水分，使油品腐蚀增加，低温性变差。当混入其它油时，还会降低油品质量。

④ 各种油品的储存检验周期。按油品的储存检验周期规定，汽油和柴油为 3 个月，煤油、润滑油、脂为 6 个月。

(2) 油品在储存中的质量变化

① 车用汽油储存中质量变化最快，如蒸发引起初馏点和 10% 蒸发温度升高，饱和蒸气压下降。氧化使实际胶质增加，颜色变深，酸度增加等。

② 柴油在储存中不易氧化变质，有较好的安定性，通常柴油品质发生变化，主要是在收、储存中不注意，或储油容器不清洁，密封不好，混入了机械杂质、水分和其它油品。

③ 润滑油性质较稳定，储存中一般没有明显质量变化，但储存条件不良会导致添加剂的分解、沉淀、失效。由于润滑油的粘度较大，混入水分和杂质后很难分离，易引起质量的恶化。

④ 润滑脂在储存中的质量变化主要是：分油(表面有润滑油析出)；氧化变质等。

(3) 散装油品的质量管理

① 所有油品均须逐个建立分户保管帐，及时准确记载油品的收、存、发数量，每月盘点，做到帐货相符，耗溢清楚。油罐储油进油前后应进行计量。

② 油罐要尽量满罐储存，但不得超过安全容量。经常测水位，做好测水记录，防止带水加油。

③ 同品种不同规格，同品种同规格的含添加剂和不含添加剂的油品要分罐储存。

④ 油罐应定期清洗。一般油罐清洗周期为 3~5 年。如发现罐底含水、杂质较多时应随时进行清洗。

⑤ 加油人员必须经常清除人孔井和阀门井的积水，防止积水渗入油罐及管线。

(4) 整装油品的保管

① 要遵循先进先出的原则，避免长期存放。

② 对不同品种、规格、包装的油品要实行分类堆垛，建立卡片，标识清晰。定期进行检查、盘点，做到帐货相符。

③ 润滑油、脂应当入库保管，不得露天存放。

④ 开桶零售的油品应在桶面上设置明显标牌，桶盖密闭，储存日期较久的，出售前应检验质量，合格方可出售。

第二节 油品销售服务规范

油品销售员工是石化销售企业社会形象的代表者和经营活动的执行者。油品销售人员在作业中的言语举动、服务态度和工作效率直接反映企业素质、企业信誉和行业作风。这就要求油品销售人员必须做到仪容端庄，服饰整洁，接待热情、周到，在不断改善服务态度和提高服务质量的基础上，规范操作，体现石化集团良好的企业形象和信誉第一、顾客至上的服务宗旨。

一、加油站员工守则

- (1) 忠于企业，爱站如家；
- (2) 仪表端庄，言行规范；
- (3) 文明经营，礼貌待客；
- (4) 勤奋工作，任劳任怨；
- (5) 按章操作，确保安全；
- (6) 团结协作，顾全大局；
- (7) 遵纪守法，廉洁奉公；
- (8) 刻苦学习，不断进取。

二、优良的服务质量

服务水平是企业形象的重要体现，是促进和提高企业经济效益至关重要的手段。服务质量的优劣，是企业员工综合素质和企业整体形象的综合反映。优质的服务质量是指通过全体员工采用适当营销手段，为顾客提供有关劳务和优质商品，而使顾客感到舒适便利，安全可靠，满足其需要。

加油站优质服务的基本要求可以归纳为：礼貌待客、文明经商。具体内容主要包括以下几个方面：

- (1) 微笑服务、礼貌迎送、仪容端庄、应对自然；
- (2) 经营油品适销对路，满足需求；
- (3) 销售方式简便快捷，银货两清；
- (4) 出售油品质量合格，数量实足，价格符合规定；
- (5) 服务项目多种多样，方便顾客，切合实际；
- (6) 提供售前咨询、售中、售后服务，为客户排忧解难；
- (7) 操作熟练，动作规范；
- (8) 营业场所布置得体，环境美观，有安全保障。

三、树立良好的石化销售企业形象

(一) 着装仪容、体态

油品销售人员的着装和仪表仪容直接代表企业的形象。因此，加油站所有员工都须在上岗时做到：

1. 着装仪表

(1) 着装统一。加油站员工工作时间一律着统一的工作服，帽子扣戴端正，衣裤拉练到位，钮扣锁住，皮带束紧，袖口、裤脚不卷起，工作时不穿拖鞋、高跟鞋。着装可根据季节变化，统一调换工作服时间，做到着装得体、适时。

(2) 仪表端庄，服饰整洁干净。男性员工头发、胡子不得太长，无大鬓角，不带墨镜工作；女性员工不化浓妆，不涂指甲，饰物适当。工作服不准有污渍及破损。

(3) 加油站员工上岗时必须在左胸前统一佩戴服务工号牌上岗，服务证不准挂在钮扣上、裤腰间或把证章号码遮盖在口袋里。

2. 形体动作

(1) 站立姿势。加油工坚持站立服务，站姿正直平稳，眼神自然，两眼平视前方或注视顾客，双肩保持水平放松，两手自然下垂，精神饱满，落落大方，给人以庄重大方、精力充沛、信心十足、积极向上的印象。不要抱着胳膊，不要把手插进裤兜里，不把身子靠在加油机或柜台上。

(2) 坐立姿势。坐立时保持上身正直，双脚并齐，两手垂于体侧或放在两腿上；不前俯后仰、身体扭曲，不摇腿跷脚。

(3) 行走姿势。行走时挺胸、收腹，身体重心略向前倾，两脚自然前后移动，两臂前后自然摆动，肩部自然放松，上身保持垂直平稳，不左摇右晃，速度适中。做到协调稳定，轻盈自然。

(4) 手势动作。为顾客服务，手势运用简捷、正确、自然。与人说话时，动作不宜过多、过大，为客户引路时应注意自然并拢，掌心向上。

(5) 表情。在为客户加油或同客户对话时，眼睛要正视对方、神情专注，目光亲切坦然，面带微笑，热情友好。做到热情饱满、精力充沛。调整好自己的情绪，保持心情舒畅。

(二) 接待顾客

1. 服务态度

油品销售人员在接待顾客时，服饰气度是给客户的第一印象，而服务态度的好坏又进一步给顾客加深了印象。因此，油品销售人员在作业中必须树立顾客至上、文明经商的良好意识，在接待中做到主动、热情、耐心、周到。

(1) 主动热情，诚恳待客。坚持微笑服务，微笑相迎，微笑交谈，微笑相送。销售人员的微笑应是一种发自内心的微笑。在工作中应排除烦恼，做到心胸宽阔，应经常告诫自己，即使顾客再没有道理，也不应和顾客争吵。能保持一个好心境，微笑服务也是一件轻而易举的事情。

(2) 坚持温馨服务，想顾客所想，急顾客所急。顾客有困难，热心帮助；顾客有疑问，细心解答；顾客有意见，专心听取；顾客有误会，耐心解释。对已到营业结束时(应提倡24小时服务)还在等候的顾客，仍要按规范要求热情服务。

(3) 态度谦和，尊重顾客。无论服务对象的形象(如穿着、外貌等)如何，买多买少，买与不买，一样热情，一视同仁。不轻视、不怠慢、不讽刺、不轻薄，忙与不忙一样周到。不斜眼偷看顾客，不抱着胳膊接待顾客，不把手插到兜里说话。

(4) 千方百计提高工作效率，减少顾客等候时间。正在接待顾客时，对其它顾客的招