

21 世纪加油站丛书

加油员 岗位培训教程

王孚智 李晓强 主编



中国石化出版社

21 世纪加油站丛书

加油员岗位培训教程

王孚智 李晓强 主编

中国石化出版社

内 容 提 要

本书是《21 世纪加油站丛书》之一,也是目前使用的第一本系统完善的加油员岗位培训教材。本书结合加油站业务工作的特点和各岗位的知识、技能的需求,在内容上做了较大的创新和编选。主要包括企业文化简介、油品基础知识、加油站设备与工艺、加油站业务流程、加油作业规范服务、加油站安全防范、加油站管理以及市场竞争和市场营销等。每章设有复习题和参考答案,并给出培训大纲及教学参考等,规范和方便开展加油员培训工作。

本书适用于各成品油零售企业对加油站操作员的岗位培训,也可作为职业技术学校的教学参考和员工岗位成才的自学读物。

图书在版编目(CIP)数据

加油员岗位培训教程/王孚智,李晓强主编.
—北京:中国石化出版社,2004
(21 世纪加油站丛书)
ISBN 7-80164-652-5

I.加… II.①王… ②李… III.加油站—工作人员—
技术培训—教材 IV.U491.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 099830 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

读者服务部电话:(010)84289974

<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

河北天普润印刷厂印刷

新华书店北京发行所经销

*

787×1092 毫米 16 开本 22.25 印张 394 千字

2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 1 次印刷

定价:40.00 元

21 世纪加油站丛书

编写委员会名单

主 编：王孚智 中国石化销售有限公司
副主编：胡明月 中国石化销售有限公司华东分公司
编 委：(排名不分先后)

晨红雨	中国石化北京石油分公司
窦保元	中国石化北京石油分公司
丰 岩	中国石化北京石油分公司
徐 杰	中国石化上海石油分公司
栾红卫	中国石化上海石油商品应用研究所
李晓强	中国石油东北销售分公司
李锦年	中国石油北京销售分公司
郭为民	中国石化江西石油分公司
黄训洁	中国石化江西石油分公司
陈安谊	中国石化江西石油分公司
尹岳新	中国石化江西石油分公司
黄国平	中国石化江西石油分公司
黄洪芙	中国石化江西石油分公司
蒋兆雨	中国石化浙江石油分公司
周天中	中国石化浙江石油分公司
王冀兵	中国石化湖南石油分公司

李兵科	中国石化湖南石油分公司
杜元莉	中国石化贵州石油分公司
孙延安	中国石化湖北石油分公司
徐鼎生	中国石化江苏石油分公司
兰宇	中国石化广西石油分公司
李铭鑫	中国石化山西石油分公司
郭建新	中国石化山西石油分公司
乔双喜	中国石化山西石油分公司
李再关	中国石化山西石油分公司
徐秀青	中国石化山西石油分公司
杜志强	中国石化山西石油分公司
吴金林	浙江海洋学院石化学院
毕港峰	浙江海洋学院石化学院
竺柏康	浙江海洋学院石化学院
楼必胜	浙江海洋学院石化学院
叶永良	浙江海洋学院石化学院
夏良康	浙江海洋学院石化学院

《加油员岗位培训教程》

编写、审订人员名单

主 编：王孚智 李晓强

审 订：窦保元 丰 岩

胡明月 郭为民

前 言

《加油员岗位培训教程》现在正式出版了，这是一件有意义的事。

纵观进入 21 世纪头五年的发展，我们的加油站从经营的规模和油品的牌号及数、质量上，从装备和技术的先进性上，从顾客群体的多样性和服务要求更个性化上，从对 WTO 的入世承诺和市场竞争程度上，以及从成品油零售市场的从业人员的素质水平和企业对他们的要求上等各个方面，都正在或即将发生新的显著的变化。这种变化必然反映到企业对人力资源的开发、培训和使用上。

加油员是成品油零售市场上的尖兵，是零售企业生存、发展的第一要素。他们的业务素质，知识、技能以及在现场出现非常事件时的处置能力，是企业宝贵的财富，是企业管理水平和活力的表现，也是企业参与市场竞争的基础。在国家实施加油站市场准入制度后，人的因素尤为重要。

本教程是为加油站已经在岗或准备上岗的各类从业人员的培训提高而开发的适应新世纪特点的培训教材。

本教程力争做到：

1. 在内容筛选上，力求系统性、实用性、基础性和前沿性。实用性是本教程的最大特点，它更贴近加油员在较短时间内达到提高业务水平适应上岗需求和考级的需要，既是培训教材也是自学成才的读物。一书在手，多方受益。

2. 在培训教学上，力求方便、快捷，提高培训效率和效果。

书中推出多种培训班的教学大纲和教学方法，指出培训的重点和难点，并给出多份模拟试卷和答案，极大地方便了培训工作中的备课、讲课和考核的实施，使培训工作更系统化、正规化。

3. 在编写风格上，力求语言通俗、简明和准确。读之有趣，用之有效。

本教程在策划、编写、审定过程中除融入了编者在加油一线的生活、工作实践外，还参考了中国石油、中国石化大量的有关图书和资料，特向这些图书、资料的作者致谢！本书还得到了丰岩、窦保元、郭为民、黄训洁、胡明月、吴金林、黄国平、蒋兆雨、徐杰、杜元莉、李铭鑫、郭建新、徐鼎生等同志和中国石化湖北石油荆州培训中心、江西省石油技工学校、中国石油北京销售分公司和北京龙禹实业有限公司等单位的大力支持，在此一并致谢。

编 者

目 录

第一章 企业文化简介	(1)
第一节 企业概况与发展.....	(1)
第二节 企业文化简介.....	(1)
第三节 企业员工手册.....	(2)
第四节 加油员职业道德.....	(4)
一、加油站经营的特点.....	(4)
二、加油站员工的职业道德.....	(5)
第五节 加油站相关法律、法规、企业制度.....	(5)
一、国家有关法律、法规.....	(7)
二、上级主管企业的相关制度.....	(8)
三、加油站的管理规定或实施细则.....	(8)
复习题.....	(11)
第二章 油品基础知识	(12)
第一节 汽油.....	(12)
一、汽油机的工作原理.....	(12)
二、车用汽油.....	(13)
三、车用汽油的牌号.....	(17)
四、车用汽油的选用.....	(17)
五、车用汽油使用注意事项.....	(19)
第二节 柴油.....	(20)
一、柴油机的工作原理.....	(20)
二、车用柴油的性能(质量)要求.....	(20)
三、车用柴油的牌号.....	(22)
四、车用柴油的选用.....	(23)
五、车用柴油储存使用注意事项.....	(24)
第三节 煤油.....	(24)
一、煤油的性能要求.....	(25)

二、煤油使用、销售安全注意事项	(25)
第四节 内燃机油	(26)
一、内燃机油的作用	(26)
二、内燃机油的分类	(27)
三、汽油机油	(30)
四、柴油机油	(32)
五、通用内燃机油	(33)
六、内燃机油的选用	(33)
七、内燃机油使用、推荐选用注意事项	(35)
第五节 其他润滑油	(37)
一、车辆齿轮油	(37)
二、汽车制动液(刹车油)	(40)
三、液力传动油	(42)
第六节 汽车防冻液	(43)
第七节 汽车用润滑脂	(44)
一、润滑脂的性能特点	(44)
二、汽车用润滑脂的品种和选择	(45)
三、汽车用润滑脂使用注意事项	(47)
复习题	(47)
第三章 加油站设备与工艺基础	(52)
第一节 加油机	(52)
一、加油机分类	(53)
二、机械加油机	(53)
三、电脑税控加油机	(57)
四、潜油泵加油机	(65)
第二节 油罐与管道系统	(66)
一、油罐	(66)
二、管道系统	(69)
第三节 密闭式卸油油气回收系统	(70)
一、敞口式卸油	(70)
二、加油站密闭卸油系统	(70)
三、油罐车卸油密闭油气回收系统	(71)
四、加油站卸油加油油气回收系统	(72)

第四节 IC 卡加油机网络系统	(73)
一、IC 卡	(73)
二、IC 卡加油机	(76)
三、加油站 IC 卡管理控制系统	(80)
第五节 加油站报警、监视与送、配电系统	(82)
一、加油站报警与监视系统	(82)
二、加油站送、配电系统	(82)
第六节 加油站的平面布置和功能区域	(83)
一、加油站平面布置	(83)
二、加油站功能区域	(83)
三、加油站站区内设施的使用与维护	(83)
第七节 加油站工艺流程简介	(85)
一、加油站工艺形式	(85)
二、加油站加油工艺	(87)
三、加油站配管工艺	(90)
复习题	(91)
第四章 加油站业务流程	(93)
第一节 油品业务流程	(93)
一、加油站进油	(93)
二、计算付出量	(94)
三、计量检测库存	(94)
四、核算盈亏	(94)
五、回罐油	(95)
第二节 资金业务流程	(95)
一、购买阶段	(95)
二、资金交接(回笼)阶段	(99)
三、资金流动的第四阶段主要是加油站出纳(核算员)、会计 处理相关业务	(105)
四、资金流动的第五阶段也是资金进入下一次循环的 起始阶段	(105)
附注一 加油站目前存在的收款方式说明及利弊分析	(105)
附注二 课堂教学参考例题	(108)
第三节 信息业务流程	(115)

复习题	(119)
第五章 加油作业规范服务	(123)
第一节 严格执行加油操作规程	(123)
一、加油操作规程	(123)
二、杜绝违规操作	(129)
三、典型误操作的防止	(133)
四、执行规程须强调的问题	(135)
第二节 员工文明服务语言	(138)
一、服务语言使用原则和注意事项	(138)
二、特殊情况下的语言处理	(142)
课堂教学参考一 加油员文明服务规范用语	(149)
课堂教学参考二 加油员服务忌语(括号内为正确应答)	(151)
第三节 准确结算货款	(153)
一、苦练过硬的基本功	(154)
二、严格遵守经营纪律	(156)
三、认真执行结算收款规定	(157)
四、履行业务环节传递手续	(158)
五、确保销售货款的安全	(158)
第四节 加油作业规范化	(158)
一、加油作业规范化的重要意义	(159)
二、操作动作规范化	(159)
三、操作程序规范化	(160)
四、服务语言规范化	(160)
五、形体姿式规范化	(160)
六、仪表着装规范化	(161)
七、服务项目规范化	(162)
八、加强规范化作业习惯的养成训练	(163)
复习题	(164)
第六章 加油站安全防范	(166)
第一节 安全防火基础知识	(166)
一、易燃液体的危险特性	(167)
二、常见油品的火灾危险特性	(169)

三、燃烧、爆炸的基本知识	(171)
四、加油站危险区域的划分	(176)
五、安全防范工作的基本要求和概念	(178)
第二节 安全防火的基本要求	(179)
一、加油站防火的重点	(180)
二、消防安全禁令	(182)
第三节 加油站安全运营	(184)
一、加油站设备安全管理	(184)
二、加油员安全操作	(186)
三、加油作业的安全监控	(187)
四、灭火器材的配置与使用	(187)
第四节 加油站安全防范措施	(201)
一、加油站火灾的扑救	(201)
二、混油的预防与处置	(204)
三、冒油的预防与处置	(205)
四、防漏油措施	(206)
五、防静电措施	(207)
六、防雷电措施	(208)
七、其他事故的预防	(208)
第五节 安全管理	(209)
一、安全教育制度	(209)
二、安全生产责任制	(211)
三、安全检查制度	(212)
四、明火管理制度	(213)
五、消防管理制度	(215)
六、事故管理制度	(216)
七、落实各项安全管理制度	(220)
第六节 HSE 管理体系简介	(222)
一、HSE 管理体系概念	(222)
二、开展 HSE 一体化管理的作用和意义	(223)
三、实施 HSE 管理的新理念	(224)
四、HSE 管理体系的实施要求	(227)
复习题	(228)

第七章 加油站管理	(232)
第一节 加油站现场管理.....	(232)
一、现场管理者的职责.....	(233)
二、现场服务要素要求.....	(233)
三、工作纪律.....	(234)
四、站容站貌管理要求.....	(236)
五、交接班管理.....	(237)
第二节 加油站班组管理.....	(237)
一、班长岗位职责.....	(237)
二、班前班后会.....	(238)
三、交接班规定.....	(239)
四、岗位训练管理.....	(240)
五、团队精神和作风的养成.....	(241)
第三节 加油站油品质、数量管理.....	(242)
一、油品的数量管理.....	(242)
二、油品的质量管理.....	(244)
三、油品质、数量监督.....	(245)
第四节 加油站票证管理.....	(245)
一、加油站营业现金管理.....	(245)
二、加油站 IC 卡管理.....	(246)
三、油票管理.....	(248)
四、定点加油客存卡管理.....	(248)
五、发票管理.....	(248)
第五节 站容站貌管理.....	(249)
一、制定依据及管理要求.....	(249)
二、标准要求.....	(249)
三、责任划分.....	(250)
四、维护、清扫.....	(251)
复习题.....	(251)
第八章 市场竞争和市场营销	(253)
第一节 市场营销的基础知识.....	(254)
一、产品和服务.....	(254)
二、品牌.....	(254)

三、成品油消费的特点·····	(257)
四、顾客消费心理分析·····	(258)
五、加油站的市场调查·····	(259)
六、加油站的市场定位·····	(261)
七、专业化服务——市场营销的基本策略·····	(262)
第二节 服务是最基本的营销策略·····	(263)
第三节 在市场竞争中提高发展自己·····	(265)
一、每一位加油员都是推销员，都是市场营销的主体·····	(265)
二、做就做得更好·····	(265)
复习题·····	(266)
附录一 加油员岗位培训大纲·····	(267)
附录二 教学参考·····	(276)
附录三 复习题参考答案·····	(305)
附录四 培训考核试卷(题)·····	(311)
(一) 加油员岗前培训应知考核笔试试卷(A卷) ·····	(311)
(二) 加油员岗位培训应知考核笔试试卷(B卷) ·····	(314)
(三) 加油员岗位培训应知考核笔试试卷(C卷) ·····	(317)
(四) 应知考核试卷参考答案及评分标准 ·····	(320)
(五) 加油员岗位培训应会考核试题(A卷) ·····	(329)
(六) 加油员岗位培训应会考核试题(B卷) ·····	(331)
(七) 加油员岗位培训应会考核试题(C卷) ·····	(331)
(八) 培训考核试卷(题)使用建议 ·····	(332)
附录五 车用无铅汽油标准(GB 17930—1999) ·····	(332)
附录六 中国石油化工集团公司企业标准城市车用 汽油技术要求(Q/SHR 007—2000) ·····	(334)
附录七 轻柴油技术要求(GB 252—2000) ·····	(335)
附录八 中国石油化工集团公司企业标准城市车 用柴油技术要求(Q/SHR 008—2000) ·····	(336)
参考文献 ·····	(337)
后记	

第一章 企业文化简介

《要点提示》

本章的内容须依据中国石油、中国石化自身的特点，结合加油站的实际情况讲解。本教程在部分章节只提供标题，或给出内容提纲，或列出讲述要求，不提供详细内容。举例讲述员工行为规范，重点阐述职业道德。

第一节 企业概况与发展

请使用本教程的单位，根据本企业的发展和自己的特点，向学员作简要介绍。

第二节 企业文化简介

企业文化是由企业精神、企业经营理念、企业内部机制、企业员工素质形象共同营造的一种内部氛围，对内体现为企业凝聚力和活力，对外体现为企业形象和企业价值。

企业文化是企业多年运营积淀、总结、提炼、升华而形成的。具体包括：企业精神、企业经营方针、企业发展战略、经营宗旨、服务承诺、追求目标、管理理念、分配原则、行为规范、用人标准等方面的概括性表述及其内涵。

案例一 中国石化集团公司企业文化简介

企业精神 爱我中华，振兴石化。

经营理念 竞争，开放。

经营战略 拓展市场，扩大资源，降本增效。

经营目标 投资回报最大化，股东回报最大化。

经营机制 外部市场化，内部紧密化。

经营准则 规范，严谨，诚信。

激励机制 永不满足，各得其所。

未来目标 努力成为一个主业突出、资产优良、科技创新、管理科学、财务严谨的世界一体化能源化工公司。

案例二 中国石油加油站管理理念简介

指导思想 对加油站实施专业化、标准化和信息化管理，提高加油站的经济效益和综合管理水平，实现股东、管理者、员工、顾客以及社区利益的最佳结合。

服务宗旨 为客户提供全员、全面、全过程、全心全意的服务。

服务承诺 质量达标，计量准确，环境整洁，安全、快捷。

管理模式 资源统一配送，价格统一制定，财务统一核算，外观统一包装，服务统一规范，对外统一宣传。

企业文化既是企业现在的内部环境和氛围，是企业目前的对外形象和价值；同时也需要全体员工身体力行，用心呵护，以每个员工的素质、行为累加而成的。每个加油员对企业文化的形成、巩固、提高、发展都贡献一份自己的力量。反之，员工素质低下，行为不规范，将对企业文化产生负面影响，甚至降低企业形象，贬低企业价值。

第三节 企业员工手册

发放企业员工手册的目的是使员工全面了解本企业及其上级公司创立、发展的历史及当前状况；使员工认识并认同企业的经营性理念、管理模式、内部机制等企业文化方面的内涵；使员工熟知企业各项主要的管理要求和行为规范以约束自己的言行使之适应企业的需求。

员工手册是企业内部的宣传手册，人手一册。是员工进入企业前必读必知、进入企业后要熟悉并身体力行的基本要求。

现举例详细介绍某加油站员工的行为规范。

案例三 某加油站员工行为规范

爱岗敬业	遵章守纪	文明经营
诚信待客	言行规范	勤奋工作
钻研业务	安全操作	爱护设备
厉行节约	团结互助	争创一流

爱岗敬业 加油员要热爱本职，认同企业，淡化雇佣观念和临时观点。现阶段生产力发展水平决定人们择业不可能是“爱一行干一行”（尤其是大部分人），而只能是“干一行爱一行”。何况三百六十行行行出状元，只要认真钻研，哪一行都能干出成果，个人也获得提高。所以我们提倡：既然从事加