

2023年加油站应急预案演练记录(优质5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

加油站应急预案演练记录篇一

立即停止作业，设法将加油车辆迅速推离现场。

切断一切电源和阀门。

迅速向上级报告，视情向119、110、120报警。

寻找油源，采取隔断、围堵等处置措施，控制油源扩散。设法将油污水导入隔油池，如无法进入隔油池，应在排污口进行隔断。

实施现场警戒，疏散无关人员。

消防设施就位，做好扑救准备。

抢险人员穿戴防护用具，使用抢险工具对外溢油品进行回收。

(站外)外泄油品的确认、现场警戒、监控。

采取挖深坑、垫水等方法回收油品，无法回收的油品，用消油剂消油。

服从政府相关部门抢险人员的命令。

立即停止站内相关作业。

迅速向上级报告。

核实有无向客户加油。如有，应及时启动加错油预案。对离站车辆，要立即追踪，并妥善处理。

确定混入油品数量，封存油罐。

发现加错油品时，立即停止加油。

向顾客道歉，防止事态扩大，告知不能启动发动机。

报告站长，由站长向上级报告。

将汽车推离加油区。

根据加错油品性质，协商分类处理。

对已驶离站区的车辆，应联系追踪。

打119、110、120电话报警，迅速向上级公司报告。

立即停止加油站一切作业，切断电源。

疏散车辆及无关人员，实施现场警戒。

采用消防器材进行扑救。

服从消防部门的指挥。

(一) 客户数量投诉应急处置

向顾客耐心解释，报告站长，由站长向上级报告。

分析原因、查询电脑记录。

向客户出示有效检定证书。

如有误，应向顾客赔礼道歉，防止事态扩大。

如双方发生纠纷，及时向技术监督部门报告。

(二) 客户质量投诉应急处置

向顾客耐心解释，防止事态扩大。

报告站长，由站长向上级报告。

向顾客索要有效依据，（帮助）分析原因。

测量油罐水位、检查进油记录、油品取样封存（包括车辆油箱）送检。

由公司相关部门根据检测结果，作出妥善处理。

(三) 油品质量抽检应急处置

政府有关职能部门对加油站抽检时，首先请对方出示有效证件（如对方不能出示有效证件，应婉言拒绝）。

立即向上级报告。

确认抽检方法和抽检容器。

按要求同时做好留样和送检工作。

及时了解自检结果。

请对方出示有效证件（如对方不能出示有效证件，应婉言拒

绝)。

立即向上级报告。

接受采访，应取得公司授权。

注意保管业务信息档案资料，防止泄露。

接受采访后，由公司与媒体沟通信息。

立即向上级汇报。

断开电气系统所有开关。

设法保存业务数据。

做好向客户的告示、解释、说服工作。

再次送电前，确认系统是否正常。

确保自身安全。

沉着、冷静，稳住疑犯，寻机向外报警。

有条件时寻机制伏疑犯。

牢记疑犯特征及使用车辆牌号，注意保护现场。

向110报警，并报告公司。

(一) 触电伤害

立即切断电源。

无法立即切断电源时，严禁直接手拉触电者，采用干燥的木

棒、竹棒、塑料绝缘柄、木凳等使触电者脱离电源。

采取适当、正确的救护方法进行抢救。

触电者心脏停止跳动时，应立即施以人工呼吸或胸外心脏挤压法进行急救。

立即120急救中心求救，同时向上级报告。

由有关部门通知触电者家属。

(二) 车辆伤害

受伤人员立即(或向120求救)送医院进行救治。

牢记肇事者特征及车辆牌号，注意保护现场，防止肇事车辆逃逸。

报告上级公司(向110报警)。

寻找第三方证人，记录事故过程。

设置警戒线，引导车辆，合理调整加油作业车位。

(一) 防汛、防洪、防台

来临前

备足雨衣、铁锹、手电筒、药品等抢险器具物资。

密切注意汛期、台风有关气象、水文资料信息。

清理松散易倒、在强风中会造成损坏的物品。

对空罐或低容量罐进行注油或注水保护。

关闭管线阀门，视情将油罐与管线脱离。

及时转移电气设备和票证、帐册等。

关好各建筑物的门窗。

清理确认排水系统通畅(清理窨井等)

发生时

危险地带的人员撤退。

切断电源。

随时与上级公司联系，报告最新情况及接受有关指示。

灾害后

清理现场。

检测电气设备和线路。

修复设备、恢复生产。

统计损失并报上级公司。

(二)地震

发生地震时

保持冷静。

不要靠近窗口、电气设备、未固定的设备、家具、器具附近。

到空旷安全处避难。如果来不及或室外更危险，可走到门道

处、或者藏到较为坚固的桌子或其他支撑物下面。

地震过后

地震过后，检查建筑物的受损情况。

关闭电源和自来水水管总闸。

保存（储存）尽可能多的生活用水并保持卫生。

对受伤人员进行护理，并对其他需要紧急援助的人员提供协助。

随时与上级公司联系，报告最新情况及接受有关指示。

加油站应急预案演练记录篇二

1.1目的

为提高中国石油辽宁沈阳销售分公司对加油站环境污染事件的应急处置能力，最大程度地减少环境污染事件造成的损失，保护员工和企业生命财产安全，维护社会稳定，保证公司持续有效较快协调发展，特制定本预案。

1.2原则

1.2.1以人为本，减少危害。切实把保障人员的人身安全作为首要任务，在此基础上最大限度地降低对公司生产经营的不利影响。

1.2.2统一领导，分级负责。在中国石油辽宁沈阳销售分公司的统一领导下，按照各自职责权限，负责环境污染事件的应急处置与应急救援。

2.1 应急组织

加油站经理为环境污染事故应急第一责任人，加油站建立应急救援小组。应急小组成员为当加油站全体员工，具体分为指挥组、抢险组、通讯组、医疗救护组、安全保障组，按照工作时间确定具体分工，做到岗岗有人，人人有岗，24小时突发环境污染事故纳入应急范围。

指挥组：

组长：（姓名+电话）

副组长：（姓名+电话）

抢险组：（成员）

通信组：（成员）

医疗救护组组：（成员）

安全保障组组：（成员）

2.2 职责

指挥组：负责整体指挥工作

抢险组：负责在事故发生时启动紧急应急程序，在具有安全防护措施的前提下负责采取有效的措施，抢险救灾，降低人员财产损失，控制危害范围扩大。

通讯组：负责联络配合抢险组协调工作。

医疗救护组：负责寻找、营救、保护、转移事故中的受伤人员。

保障组：负责提供抢险救灾所需的一切物资器材。

加油站一旦发生油气泄露、燃烧爆炸、废气污染等环境污染事故要迅速调集力量进行应急处理。

1、抢险组负责切断总电源，停止营业。通讯组报告指挥人员，安全保障组负责疏散站内人员、车辆，维持秩序，避免接近事故现场。

2、联系公安部消防部门，临时封闭附近交通道路，清查事故对周围环境的污染程度。同时上报公司主管部门。

3、如一旦发生重大环境污染事故要及时通知环保部门进行污染调查、检测、评估。加油站配合环保部门对污染展开治理工作。

4、事故处理完毕后，清理现场，清点损失，确认无任何安全隐患后恢复营业。同时分析、总结事故原因，上报公司领导。

加油站应急预案演练记录篇三

2、组织机构：

左中经营部培育万吨站活动领导小组

组长：王强

副组长：李金强

成员：李庆国谢艳丽赵竟岩狄永生刘艳峰

赵宏文汪世杰孟云包小兴于治国

3、计划实施办法

1、加油站目前现状：

舍伯吐一站地处111线和304线交汇处，处于交通要道，为四星级、三类加油站。站内员工8人，占地面积2214平方米，罩棚面积380平方米，4台加油机、8条枪，其中汽油枪3把、柴油枪5把。于20xx年9月5日开业□20xx年轻油纯枪的销售量已达到7264吨。其中汽油2227吨，柴油5037吨。

2、实施办法

（1）加强基础工作管理

一是紧抓业务基础工作。以开发稳定的客户资源为核心，通过竞争对手调查、周边市场摸排、固定客户建档等方法，加强客户开发管理。

二是紧抓财务基础工作。以持续保障资金安全为核心，

严格执行相关规章制度，保证各种帐表记录完整、资产账实相符、资金安全准确完整。

三是紧抓油品数质量（服务质量）。以推行地罐交接为契机，变手工卸油前后计量为以地罐交接自动收油为主，通过按期检定加油机、计量器具，按要求留样抽查油品等方法，加强实物损耗管理。

四是紧抓人力资源开发。以培养人才、留住人才为抓手，重点提高加油站员工的业务技能水平，提升服务、创新、安全意识，使员工向懂经营管理、重服务质量的复合型人才方向发展。

（2）加强客户开发工作

客户资源是成品油零售的核心资源，谁拥有了客户资源，谁

就占有了市场，谁就有了稳定的零售量和利润来源。所以，开发客户成为目前工作的重中之重。

1、开展调查普查，找准目标客户

找到用油相关决策人、找到用油相关决策人的利益点、满足用油相关决策人的合理利益，是加油站开发客户的必胜法宝。市场调查和客户普查要定人员、定职责、定区域、定要求，对辖区内客户开展地毯式摸排，确保不留空白和死角。通过上互联网搜寻、去当地工商部门查询、近距离观察用户需求、与客户直接接触等措施，全面收集市场和客户信息。

2、落实客户开发责任，做到一户一策

要在调查普查的基础上，对潜在客户综合分析重要程度、需求和开发难度进行排序，按照无交叉无空白的原则，确定每名客户开发的责任单位和责任人。要根据建立的客户信息档案，分潜在客户、游离客户、固定客户和流失客户。认真分析不同类型客户的消费观念、消费习惯、消费水平和消费需求、用油规律，制定不同群体客户差异化营销策略。

3、灵活运用各种策略，快速开发客户

上下参与，实现全员销售。经营部片区要按照分级开发维护制度的要求，协助加油站做好客户开发。经营部领导要亲自上阵开发，各关键岗位密切配合，提高公关层次。同时引领广大员工牢固树立“每一个岗位都是经营点、每一个员工都是销售经理”的理念，持续调动全员客户开发热情。

广搭桥梁，实现关联营销。一是寻求政府支持，在争取政府机关用户的同时，利用政府搭建桥梁，开发他们身边的潜在客户；二是利用客户自身产业链较长、关联业务较多、相关企业或部门之间有依存关系的特点，利用老客户开发新客户。三是有效利用小额配送业务，小额配送业务是加油站营销工

作的有效途径，是建立加油站忠实顾客的有效方法。加油站利用自己原有市场上的优势，通过挖掘市场潜力，强化销售扩大现有油品市场上的销售量，提高市场占有率。

（3）提高现场服务效率

1、内道与外道之间

处理好内道与外道之间关系的. 目的是保持车辆畅通。对

处于国道的加油站，可将大车引至外道，小车引至内道。因为本加油站柴油销售为主。在大车加油的过程中，客户有足够的时间从外道走进便利店交款并购买物品。而小车加油时间短，里道加油机距离便利店近，便于顾客进店交款、消费。

2、汽油与柴油之间

处理好汽油和柴油之间的关系需做到“加一、看二、照顾三”。当员工进行加油操作时，往往只专注与当前车辆的服务，忽视其他进站车辆，从而让后者倍感冷落，有的客户因不愿久等而悄然离去。其实针对加油量大的柴油车辆，()员工之间完全可以相互照应情况下实行脱枪加油。

3、现场员工之间

要根据油站人员数量、现场情况、油枪提枪率等因素，

确定员工的站位。当进站车辆挡住员工观察视线时，应立刻调整站位，并对重要位置及时补位，观察车辆是否有进站意向，防止车辆看到现场车辆较多而离开。

4、站经理与各主管之间

站经理要做好指挥官、监督员、培训师、补位员、协调

员等个角色的转变，以站内管理为核心，将提升员工工作状态、提高现场员工工作效率作为主要工作，优化加油站各项业务。站经理的站位是加油站现场与便利店之间，一方面要全面的观察现场每一位员工的表现，另一方面要清楚的看到店内收银员的工作情况。在现场站经理要做到及时找准兴奋点、及时有效的激活员工状态、针对服务差的老员工，站经理在现场做好加油操作及现场服务示范，供员工学习模仿；及时纠正操作中出现的问题；高峰期及时补位，做好加油及收款工作。

左中经营部

加油站应急预案演练记录篇四

舍伯吐第一加油站

左中经营部培育万吨站活动领导小组

组长：王强

副组长：李金强

成员：李庆国谢艳丽赵竟岩狄永生刘艳峰

赵宏文汪世杰孟云包小兴于治国

1、加油站目前现状：

舍伯吐一站地处111线和304线交汇处，处于交通要道，为四星级、三类加油站。站内员工8人，占地面积2214平方米，罩棚面积380平方米，4台加油机、8条枪，其中汽油枪3把、柴油枪5把。于2001年9月5日开业。2013年轻油纯枪的销售量已达到7264吨。其中汽油2227吨，柴油5037吨。

2、实施办法

（1）加强基础工作管理

一是紧抓业务基础工作。以开发稳定的客户资源为核心，通过竞争对手调查、周边市场摸排、固定客户建档等方法，加强客户开发管理。

二是紧抓财务基础工作。以持续保障资金安全为核心，

严格执行相关规章制度，保证各种帐表记录完整、资产账实相符、资金安全准确完整。

三是紧抓油品数质量（服务质量）。以推行地罐交接为契机，变手工卸油前后计量为以地罐交接自动收油为主，通过按期检定加油机、计量器具，按要求留样抽查油品等方法，加强实物损耗管理。

四是紧抓人力资源开发。以培养人才、留住人才为抓手，重点提高加油站员工的业务技能水平，提升服务、创新、安全意识，使员工向懂经营管理、重服务质量的复合型人才方向发展。

（2）加强客户开发工作

客户资源是成品油零售的核心资源，谁拥有了客户资源，谁就占有了市场，谁就有了稳定的零售量和利润来源。所以，开发客户成为目前工作的重中之重。

1、开展调查普查，找准目标客户

找到用油相关决策人、找到用油相关决策人的利益点、满足用油相关决策人的合理利益，是加油站开发客户的必胜法宝。市场调查和客户普查要定人员、定职责、定区域、定要求，

对辖区内客户开展地毯式摸排，确保不留空白和死角。通过上互联网搜寻、去当地工商部门查询、近距离观察用户需求、与客户直接接触等措施，全面收集市场和客户信息。

2、落实客户开发责任，做到一户一策

要在调查普查的基础上，对潜在客户综合分析重要程度、需求和开发难度进行排序，按照无交叉无空白的原则，确定每名客户开发的责任单位和责任人。要根据建立的客户信息档案，分潜在客户、游离客户、固定客户和流失客户。认真分析不同类型客户的消费观念、消费习惯、消费水平和消费需求、用油规律，制定不同群体客户差异化营销策略。

3、灵活运用各种策略，快速开发客户

上下参与，实现全员销售。经营部片区要按照分级开发维护制度的要求，协助加油站做好客户开发。经营部领导要亲自上阵开发，各关键岗位密切配合，提高公关层次。同时引领广大员工牢固树立“每一个岗位都是经营点、每一个员工都是销售经理”的理念，持续调动全员客户开发热情。

广搭桥梁，实现关联营销。一是寻求政府支持，在争取政府机关用户的同时，利用政府搭建桥梁，开发他们身边的潜在客户；二是利用客户自身产业链较长、关联业务较多、相关企业或部门之间有依存关系的特点，利用老客户开发新客户。三是有效利用小额配送业务，小额配送业务是加油站营销工作的有效途径，是建立加油站忠实顾客的有效方法。加油站利用自己原有市场上的优势，通过挖掘市场潜力，强化销售扩大现有油品市场上的销售量，提高市场占有率。

（3）提高现场服务效率

1、内道与外道之间

处理好内道与外道之间关系的目的是保持车辆畅通。对处于国道的加油站，可将大车引至外道，小车引至内道。因为本加油站柴油销售为主。在大车加油的过程中，客户有足够的时间从外道走进便利店交款并购买物品。而小车加油时间短，里道加油机距离便利店近，便于顾客进店交款、消费。

2、汽油与柴油之间

处理好汽油和柴油之间的关系需做到“加一、看二、照顾三”。当员工进行加油操作时，往往只专注与当前车辆的服务，忽视其他进站车辆，从而让后者倍感冷落，有的客户因不愿久等而悄然离去。其实针对加油量大的柴油车辆，员工之间完全可以相互照应情况下实行脱枪加油。

3、现场员工之间

要根据油站人员数量、现场情况、油枪提枪率等因素，确定员工的站位。当进站车辆挡住员工观察视线时，应立刻调整站位，并对重要位置及时补位，观察车辆是否有进站意向，防止车辆看到现场车辆较多而离开。

4、站经理与各主管之间

站经理要做好指挥官、监督员、培训师、补位员、协调员等个角色的转变，以站内管理为核心，将提升员工工作状态、提高现场员工工作效率作为主要工作，优化加油站各项业务。站经理的站位是加油站现场与便利店之间，一方面要全面的观察现场每一位员工的表现，另一方面要清楚的看到店内收银员的工作情况。在现场站经理要做到及时找准兴奋点、及时有效的激活员工状态、针对服务差的老员工，站经理在现场做好加油操作及现场服务示范，供员工学习模仿；及时纠正操作中出现的问题；高峰期及时补位，做好加油及收款工作。

加油站应急预案演练记录篇五

1.1目的

为提高中国石油辽宁沈阳销售分公司对加油站环境污染事件的应急处置能力，最大程度地减少环境污染事件造成的损失，保护员工和企业生命财产安全，维护社会稳定，保证公司持续有效较快协调发展，特制定本预案。

1.2原则

1.2.1以人为本，减少危害。切实把保障人员的人身安全作为首要任务，在此基础上最大限度地降低对公司生产经营的不利影响。

1.2.2统一领导，分级负责。在中国石油辽宁沈阳销售分公司的统一领导下，按照各自职责权限，负责环境污染事件的应急处置与应急救援。

2.1 应急组织

加油站经理为环境污染事故应急第一责任人，加油站建立应急救援小组。应急小组成员为当加油站全体员工，具体分为指挥组、抢险组、通讯组、医疗救护组、安全保障组，按照工作时间确定具体分工，做到岗岗有人，人人有岗，24小时突发环境污染事故纳入应急范围。

指挥组：

组长：（姓名+电话）

副组长：（姓名+电话）

抢险组：（成员）

通信组：（成员）

医疗救护组组：（成员）

安全保障组组：（成员）

2.2 职责

指挥组：负责整体指挥工作

抢险组：负责在事故发生时启动紧急应急程序，在具有安全防护措施的前提下负责采取有效的措施，抢险救灾，降低人员财产损失，控制危害范围扩大。

通讯组：负责联络配合抢险组协调工作。

医疗救护组：负责寻找、营救、保护、转移事故中的受伤人员。

保障组：负责提供抢险救灾所需的一切物资器材。

加油站一旦发生油气泄露、燃烧爆炸、废气污染等环境污染事故要迅速调集力量进行应急处理。

1抢险组负责切断总电源，停止营业。通讯组报告指挥人员，安全保障组负责疏散站内人员、车辆，维持秩序，避免接近事故现场。

2联系公安部消防部门，临时封闭附近交通道路，清查事故对周围环境的污染程度。同时上报公司主管部门。

3如一旦发生重大环境污染事故要及时通知环保部门进行污染调查、检测、评估。加油站配合环保部门对污染展开治理工作。

4事故处理完毕后，清理现场，清点损失，确认无任何安全隐患后恢复营业。同时分析、总结事故原因，上报公司领导。