

# 双碳背景下加油站经营模式创新研究

刘洋根（中海油华东销售有限公司，江苏 南京 210019）

**摘要：**随着双碳目标的逐步推进，传统加油站面临着日益严峻的挑战，尤其是在市场需求转变和政策限制的背景下，为解决加油站经营模式单一、利润下降问题，本文以华东公司加油站为例，对其加油站经营模式创新进行分析研究，通过分析现有模式存在的不足，对具体创新策略进行概括总结，以提升加油站竞争力，提高运营质量，实现可持续发展。

**关键词：**双碳背景；加油站；经营模式

## 0 引言

在当今全球气候变化的背景下，我国积极响应并提出“碳达峰”和“碳中和”的双碳目标，旨在实现更为可持续的发展模式。这一宏伟目标对各行各业提出前所未有的挑战与机遇，其中传统加油站作为能源消费重要环节，其经营模式亟需创新，以适应能源结构转型的需求。加油站不仅面临传统石油燃料需求减少的压力，还需要整合新能源服务，如电动汽车充电与氢能加注等，来满足市场多元化需求。同时智能化技术引入和绿色经营理念实施也为加油站经营提供新发展方向。因此探讨双碳背景下加油站的经营模式创新，不仅是加油站自身转型的需要，也是推动社会整体向低碳经济转变的重要组成部分。

## 1 加油站经营模式面临困境分析

在双碳背景下，当前加油站面临多重经营挑战。首先随着环保政策日益严格和新能源汽车的迅速普及，传统加油站主要依赖于销售汽油和柴油的业务模式正遭受严重冲击，消费者对清洁、可再生能源需求增加，而对化石燃料依赖逐渐减少，导致加油站的油品销量持续下滑。其次市场竞争日益激烈。不仅同行之间竞争加剧，还面临来自电动车充电站等新型能源供应点的压力，这些新兴竞争者以更符合环保要求的服务，从而吸引了大量原本属于加油站的客户群体。再加上加油站运营成本也在不断上升。地租、人工成本、安全管理和环保合规等开销均呈上升趋势，在收入减少同时加大了财务压力。另外还有一个问题是技术更新滞后。许多加油站尚未采用现代化管理和服务技术，例如数据管理系统和客户互动平台，在很大程度上限制在提高运营效率和客户满意度方面的能力。

## 2 双碳背景下加油站经营模式创新策略

### 2.1 理清思路，明确开工

在双碳背景下，加油站经营模式创新不仅是为了

适应能源转型的需求，也是为了提升企业经济效益和社会价值。一个加油站从工程建设到正式开业，是一个复杂过程，涉及多个部门密切合作和精细管理。以华东销售加油站为例，为确保高质量投运管理，该加油站确立了明确的分工体系框架。具体如下：

对于开发工程部门责任，要求确保所有新投运站点法律文件、许可证和其他必需文档齐全且有效，组织并完成所有必要的前期验收，包括设施、设备等符合规定的标准，并跟踪解决试运营期间出现的所有工程问题<sup>[1]</sup>。

对于党群人事部门职能，要求人力资源管理过程中，助理办理员工的招聘、培训和入职程序，确保所有员工都具备所需的技能和资格，并与零售管理部门协作，策划并推动加油站的开业仪式，增强开业活动的影响力。

对于财务管理部职责，需要协助新站处理开户、税务登记、纳税人资格认定、发票申领等一系列财务事宜，以及日常备用金的安排，同时确保财务人员理解并能应对新站的财务操作，包括资产的接收与入账流程。

对于质量健康安全环保部职责，主要确保新站配备必要安全物资，进行全面安全培训，开展风险评估与隐患排查，确保开业安全无虞，进一步指导新站进行油品质量检测、管线排空、油枪检定和油气回收系统的验收。物流管理部门主要职责是加强成本控制与供应链管理，选择合适油品承运商，控制物流成本，确保新站油品的及时配送，满足开业需求。而后零售管理部职责是积极开展进行市场调查，编制针对性的促销方案，确保新站开业能吸引顾客，提升销售额，进一步指导新站进行商品种类选择与采购，确保便利店开业时商品充足且多样化。

要重视其加油站经理核心任务，经理需要基于市

场调研结果拟定开业促销方案，制定具体的开业活动计划，并负责宣传工作的实施，确保所有前线员工接受必要的培训，了解公司政策和操作流程，提升服务质量。

通过以上一连串具体方法和详细部门职责分工，每一个新开启的加油站都能在确保合规、安全和效率的基础上，快速进入运营阶段，不仅作为项目开发与工程建设的阶段性成果，也作为企业价值和社会价值创造的新起点。

## 2.2 积极组建加油站团队

在双碳背景下，加油站经营模式需要创新以适应新的市场和环保要求。为确保加油站能够有效地支持公司快速发展战略，并同时满足顾客需求，其加油站团队建设必须聚焦于三个核心职能，分别为战略性、标准化、个性化<sup>[2]</sup>。

其中战略性职能主要是为了支持公司发展战略并确保新开业加油站能够实现计划的目标。一开始需要制定明确战略规划，团队需要根据市场分析和公司长远目标，制定出一套符合双碳政策导向的加油站运营策略。例如将新能源车辆充电桩、氢燃料供应等纳入服务范围。之后进行前瞻性市场调研，通过对未来汽车行业发展趋势的研究，预见未来顾客需求，安排资源和服务以吸引新客流。后续需要积极推广公司经营理念，确保每一个员工都理解并能够传达公司可持续发展理念，通过优质的服务满足并超越顾客期望<sup>[3]</sup>。

标准化职能是能够确保所有操作流程和政策的一致性以及高效的风险管理，加油站团队需要建立统一操作手册，制定统一的开业流程和操作手册，确保每一个新投运加油站都按照同一标准执行，从而保证服务质量与运营效率。同时建立一套全面的质量控制系统，从员工培训到日常运营均有严格标准，确保服务质量的同时防止任何可能的事故或误差。后续也可开发和实施风险评估和管理计划，识别潜在风险点，预防和减少事故发生，确保人员和财产安全。

个性化职能关注于使每一个新投运加油站能够根据自身所处的商圈特点和目标顾客群体制定特色服务和营销策略。在市场定位方面，可分析所在区域市场特征和顾客需求，确定加油站的具体服务内容和发展方向，如是否重点提供高端汽车服务、便利店商品等。根据商圈特性和竞争对手分析，制定具体营销活动和策略，以区别于其他加油站的服务和产品，吸引特定顾客群体。同时针对加油站特定服务，设计培训项目，

如新能源车辆充电技术、客户服务礼仪等，确保员工能够提供卓越和个性化的服务。

## 2.3 加强时间节点控制

在双碳背景下，加油站转型与创新经营模式实施需要精确的时间节点控制，不仅关乎策略的有效执行，也直接影响到项目最终成功。在整个时间节点控制过程中，需要分成以下几个阶段来完成<sup>[4]</sup>。

第一，明确跨部门沟通时间点，在制定计划阶段，首先须在项目启动初期即明确各部门间的沟通频率和形式，建议在项目规划前进行第一次全面会议，讨论并确定每个部门的责任与职能。完成初步会议后，各部门应分别制定自己的行动计划，并在一个约定的期限（如一周内）内提交总体协调人审批。之后组织跨部门会议以解决潜在的冲突和资源重叠问题。然后在项目实施过程中，每月至少进行一次跨部门的进度更新会议，确保所有团队成员都了解最新动态，并按计划推进。

第二，明确人员储备与培训的时间点，对于人员招聘，建议在项目确认后的一个月内完成加油站管理层的配置，随后两周内完成前线员工的招聘，这样做可以保证有足够的时间进行必要的培训和适应期。当员工入职后，应立即开始为期至少两周的培训，内容包括新能源知识、客户服务、安全操作规程以及日常维护。

第三，加油站定位及市场策略时间点，在项目启动的前三个月，就应完成市场调研并明确加油站的定位，根据调研结果，在接下来一个月内形成具体市场策略。然后在市场策略确定后一个月内，开始具体商圈开拓活动，如地区广告宣传、合作伙伴洽谈等。

第四，设备设施调试完毕的时间点方面，对于设备到位与调试，在确定加油站地点后三个月内，需要完成所有关键设备的采购和安装。此后一个月内完成调试，确保设备运行稳定。同时油品和非油品应在开业前两周到达，以便有充足时间进行存储和布局优化，之后在开业前一个月联系当地税务机关，确认所有税务相关事宜已妥善处理。

第五，在开业前检查阶段中，要求加油站在开业前一个月，进行一次全面行动计划审核，确保所有预订活动均已完成或正在按计划进行。开业前两周需要根据既定开业检查清单进行综合检查，确保所有设施功能正常，员工准备妥当。开业检查无误后，最终确认开业日期，并向公众宣布。

## 2.4 加强外部关系协调

在双碳背景下，加油站经营模式创新不仅涉及到技术和服务的更新，更包括外部关系协调与管理，这一策略的核心在于建立和维护与媒体、政府部门、竞争对手以及周边社区等各方面良好关系。

对于媒体关系管理，一般在加油站开业当天，媒体关注度通常较高，为确保品牌形象正面且统一，加油站管理人员必须按照公司规定行事。首先在接受任何媒体采访前，应立即与公司沟通并获得领导层的明确批准，采访提纲与内容需经公司审核，确保所有发布信息均符合海油品牌的价值观，避免发布任何可能损害品牌形象或引起负面舆论的言论。并设立专门媒体接待流程和审批机制，提前准备好经审批的宣传材料和发言稿，加强对管理人员进行媒体接待与沟通培训，增强其公关意识和应对能力。

在与政府关系协调过程中，与政府部门的良好沟通对于确保加油站的顺利运营至关重要。在开业前管理人员应主动与相关部门建立联系，获取必要支持和资源，如安监、环保、公安及城管等。然后定期组织会议或座谈，介绍加油站的经营活动及其对环境和社会的影响，详细了解并遵守地方政策和规定，确保所有操作符合法律法规，而对于安全生产、环保检测、治安维护等问题需要主动寻求政府指导和帮助，并配合城管和街道办，确保宣传物资合法合规布置。

同时还要重视与竞争对手之间的协调，开业前后应与周边竞争关系密切的加油站建立良好沟通，可以帮助减少潜在的市场冲突，并促进行业内的健康竞争。具体做法是要确定主要竞争对手，分析其经营特点与战略，同时主动邀请竞争对手参加开业仪式，通过交流增进理解与友好，然后监控竞争对手市场反应，适时调整自身策略。

对于周边居民关系协调，与周边社区良好关系有助于加油站的平稳运营，管理人员需提前与居民进行沟通，解释加油站运营方式和对社区的潜在益处，以及采取的环保措施。可开展社区宣传活动，如开放日，让居民了解加油站安全措施和环保技术。在遇到居民反对或投诉时，优先考虑通过和平方式解决问题，并及时向上级汇报情况。之后定期与居委会沟通，了解并响应社区关切，共同推广垃圾分类等环保知识。

## 2.5 智能化技术应用

智能化技术应用可以优化加油站运营效率和客户服务体验，有助于实现能源管理高效化和环保目标。

目前对于智能化技术应用主要包括数据分析与实时监控系统、自动化加油设备和无人值守站点以及客户管理与忠诚度提升智能系统。对于数据分析与实时监控系统应用，加油站可部署传感器和摄像头收集相关数据，如燃油销量、车辆流量、能耗等。通过高级数据分析平台，可以对这些数据进行深入分析，以识别消费者行为模式和运营中的潜在问题。实时监控系统使得加油站管理者能够即时获知任何设备故障或安全事故，迅速响应并处理，减少潜在的经济损失和安全风险。

而自动化加油设备允许顾客自助加油，减少对人工服务依赖，提升加油效率和顾客满意度。完全自动化无人值守加油站能够24小时运营，降低人力成本，并通过面部识别或移动支付技术提供更安全、便捷的服务方式。

而对于客户管理与忠诚度提升智能系统应用，需要利用大数据和机器学习算法，开发个性化营销策略和会员服务。例如通过分析顾客购买历史和偏好，智能系统可以提供定制化的折扣、促销活动或推荐产品，增强顾客粘性和提升销售额。此外智能CRM（客户关系管理）系统能够帮助加油站更有效地管理客户信息，提高服务质量和客户满意度。

## 3 结语

在双碳目标引领下，加油站业务模式创新变得尤为重要。随着新能源汽车的普及和消费者对环保意识增强，传统加油站必须进行根本性的转型与升级，才能在竞争激烈的市场中保持竞争力。未来加油站不仅是汽车加油的地点，更将成为综合服务中心，提供从充电、加氢到休闲购物的一站式服务。需要政府、企业以及消费者之间协同合作，推动这一领域转型成功。同时呼吁行业内外更多的创新实践，共同迎接低碳经济时代到来，助力实现碳达峰和碳中和的宏伟目标。

## 参考文献：

- [1] 张荻萩, 杨子燕, 白云, 李杰, 潘志丽, 李男. 关于本地生活商业模式创新加油站零售业务营销的研究 [J]. 国际石油经济, 2024, 32(S1):69-76.
- [2] 田浩申. 加油站费用管控与创新研究 [J]. 中国石油和化工标准与质量, 2023, 43(22):147-149.
- [3] 段海涛, 王海博, 郑晓光. 中国加油站零售业务模式升级研究 [J]. 国际石油经济, 2023, 31(07):95-101.
- [4] 阮德胜. 加油站便利店零售营销创新模式研究 [J]. 中国市场, 2023, (12):152-155.