



人走到哪儿销量就带到哪儿

——记全国劳动模范、北京石油十里河加油站站长吕锦叶

□本报记者 刘欣欣 文/摄

“告诉大家一个好消息，咱们加油站半年的基础商品销售额达到387万元，增幅23%；非油品总体销售694万元！”十里河加油站站务会上，站长吕锦叶兴奋地向大家通报。

作为一名农村娃，吕锦叶做梦也没想到自己能被评为全国劳模。自从来到北京石油工作后，她就暗下决心要干出个样子来。从朝英站、周庄站到日坛站再到十里河站，从结账员到站长再到全国劳模，她在两尺泵岛上奉献全部的热情和精力，她走到哪儿，销量就跟到哪儿。

在北京做站长实现职业梦

吕锦叶出生于黑龙江省牡丹江市林口县的一个小山村。2002年，她和爱人来到北京，成为“北漂”。她当过商场的理货员、工厂的验货员。2004年2月，吕锦叶因机缘巧合来到北京石油朝英加油站工作。

“既然选择了这一行，就要奉献全部的热情和精力，在这里实现人生价值。”吕锦叶暗暗下决心。

刚到朝英加油站时，吕锦叶担任结账员。听说结账员是加油站里除站长之外最重要的岗位后，吕锦叶下狠功夫，一门心思扎进业务中，从加油学起，抄泵码、计量、填写加油记录……不懂她就向站长和同事请教。很快，吕锦叶熟悉了加油站所有岗位的活儿。

此后，她开始重点研究油站的各种账表册单，了解它们和表单之间的关系。白天，她跟班做好账表册的记录；晚上，她在站里加班进行一遍遍地梳理、研究。当时，加油站的信息系统还不完善，各类账表册单有10多种，很多都需要人工填写，每天光抄写就得花费半天时间。但凭着一股韧劲，吕锦叶用了不到10天时间就把所有账册理顺。

“不想当将军的士兵不是好士兵，只想记好账的结账员也不是好的结账员。”吕锦叶为了提高自己的业务能力和水平，开始深入学习加油站的各种知识，在员工身边学习销售技巧，在站长身边学习管理方法。

慢慢地，她掌握了加油站经营管理所需要的各种技能。2007年8月，吕锦叶迎来了人生中的一次重要转变，通过竞聘，她成为周庄加油站的站长。

为使使馆区客人提供个性化服务

2009年4月，带着领导的信任，吕锦叶来到日坛加油站担任站长。众所周知，日坛加油站地处使馆区，是向世界友人展示中国石化品牌形象的窗口。为此，她从抓服务入手，提出全员学习英语的要求，并让在站实习的大学生来教员工简单的英语对话，使进站顾客能感受到中国人的热情友好。

“Good morning, welcome to SINOPEC, may I help you? (早上好，欢迎来到中国石化加油站，我能帮你吗?)”每当有外国人来日坛加油站，加油员便用一口流利的英语上前问候。

各个使馆因为需要使用割草机，经常拿油桶来加散装油，由于看不懂站里对散装油的管



理规定，经常会发生不愉快。吕锦叶就制作了一个海报，把规定制度翻译成英文张贴在移动水牌上，遇到语言听不懂的就让他们看，最终得到了外国友人的理解和支持。

做好服务之余，吕锦叶深知增量创效是加油站追求的目标。为提高日坛加油站销量，她提出增加高标号油品的思路，通过调整油枪布局和油罐匹配，把一个92#油罐调整成95#油罐，再增加2条95#油枪。

调整之后，并未对92#销量造成不利影响，却大大提高了95#汽油的加油能力，经营质量大幅提高。经过这次调整，高标号油品由原来的日销售23吨提高至28吨。

2009年，公司非油品业务刚刚起步，日坛加油站每天营业额仅有三千多元。吕锦叶就把目光瞄向了便利店改造。原来站内的

便利店不但面积狭小、格局凌乱，而且地面老旧，与日坛加油站所处的地理位置十分不相称。

“为彻底改造店内格局，又不影响销售额，我和员工们一起，将商品和工作电脑搬至店外，在店外开展业务。”虽然时值酷夏，但吕锦叶一直坚守在户外作业。这份坚守，也让日坛加油站没有因便利店改造而影响营业额。

同时，吕锦叶还针对使馆区顾客的个性化需求，在非油品商品的选购上，不断更新商品种类。功夫不负有心人，便利店日均销售额增长到了1万元，增长了99%。

贴心服务客户销量一路增长

当吕锦叶沉浸在日坛加油站取得成绩的小小满足时，2014年

6月，被领导相中的她，来到十里河加油站任站长。十里河加油站地处东三环辅路，每天的车流量大、客户量多，人员结构复杂，一直都是公司的样板站，也是迎接各级领导检查和参观最多的加油站，标准之高、责任之重可想而知。

吕锦叶没有被这样的压力吓住，她对加油站的各项工作提出了更高的要求，“细节不能有疏漏，安全不能有隐患，管理不能有缺陷。”小到加油站的站容站貌、货品摆放，大到加油站管理制度的制定实施、上级政策的落实，吕锦叶都将自己的能力发挥得淋漓尽致。

为解决站内设备设施老化问题，公司决定对十里河加油站进行隐患治理双层管线改造。为保障改造期间客户不流失，吕锦叶提前半个月将本站的客户进行梳理，做好客户记录，告诉客户停业时间及附近的中石化加油站。在开业前，又用短信通知客户油站已开业的消息。

为保证开业后迅速恢复到原有的销售和服务水平，她每天都盯在作业现场，亲自安排人员、引导车辆、合理调配班次。人性化的服务和细致入微的管理使得十里河加油站在开业短短几周时间里就恢复到原来的销售水平。

为使改造后的便利店充分发挥效用，吕锦叶将便利店和管控设备整合设计，改为24小时营业，满足了夜间顾客的消费需求。她还合理利用空间，增设烟酒、面包、牛奶专架，改变原有烟酒柜台的布货方式。通过上述措施的实施，当年十里河加油站非油品销售633万元，同比增幅13.11%。

做好“大家长”员工流失率仅1%

“要想加油站取得好业绩，光靠一个人的努力是不行的。”吕锦叶告诉记者，加油站就是一个家，而她就是这个家的家长，要想家庭和和睦睦、生活蒸蒸日上，家长就要起模范带头作用。工作上，要求职工做到的，她首先必须做到。如果站上的工作受到了批评，吕锦叶会主动在站务会上向员工做检讨，从自身找原因，与员工一起共同改进。

“我们出来工作，就是为了挣钱过上好日子。只有咱们的业务能力提高了，加油站的销量才能上去；只有加油站的销量上去了，我们才能多拿工资，过上好日子。”吕锦叶经常用这种容易理解的方式跟员工沟通。

为提高员工的业务技能，吕锦叶利用班前会、站务会的时间组织员工学习销售技巧、油品知识和安全常识，为大家讲解她的

工作心得和技巧。同时，她还在员工中开展“老帮新、熟帮新”活动，鼓励推销状元讲述销售经验，帮助销售能力薄弱的员工熟练业务。

“在加油站这个特殊的行业，只有各项规章制度真正严格落实到位，才能确保加油站安全运营、各项工作有序开展。”在加油站工作的员工大多只有十七八岁，刚刚步入职场，对什么是职场、什么是工作没有深刻的认识。于是吕锦叶从“严”字入手，抓好各项规章制度的执行。

一次，一个班组未进行卫生交接就交班走了。吕锦叶知道后，马上把已经下班的人员叫了回来，让他们加班进行卫生打扫和交接。刚开始，员工们不理解，认为她是“小题大做”。在站务会上，吕锦叶说卫生交接事情看似很小，但它却体现了一个人对待工作的态度。“我们既然来工作，马马虎虎也是干，认认真真也是干，为什么不能认认真真地干呢？”从此以后，类似的情况再也没有发生，员工们对待工作的态度也发生了转变。

然而，光“严”并不能带好队伍。当时80后、90后的孩子正值青春期，十分注重自我，个性都很强。因此，除了工作上严格要求外，在工作闲暇时，吕锦叶常与他们一起聊天、唠唠家常。

“站长，太谢谢您了！”看看左右没人，加油员姜海龙向吕锦叶站长鞠了一躬。来自内蒙古的姜海龙是个大男孩，性格比较内向，小小年纪出门在外，父母常牵挂在心。姜海龙平时工作忙起来，常忘了向家里报个平安，倒班在岗，手机也常常关机。吕锦叶看在眼里，记在心上，时常提醒他和老家的父母通个电话。每隔一段时间，吕锦叶还会拨电话给老人，聊聊孩子的工作、生活情况，让小姜的父母放心。

加油员吴瑞雪头一次离家在外打工，想家和对工作的不适应让她有了离开的想法。吕锦叶发现后及时与她沟通聊天让她打消了离开的念头。还有一个男员工从未离开过家，自理能力很差。为了让他尽快适应加油站的工作和生活，吕锦叶手把手地教他业务技能，衣服坏了帮他缝补，生病了给他买药。时间长了，他说：“站长您对我真好，感觉跟我妈一样亲。”

在加油站的十多年，吕锦叶每年春节都是在站上过。“我们这是24小时的工作，没有节假日，所以春节我得陪着当天上班的员工，给他们包包饺子，给他们的父母发短信，让员工舒心，让他们的家人放心。”

在吕锦叶担任站长的10年间，她所在的加油站培养出了3名站长、6名结账员，十里河加油站员工的流失率也降低至1%。