

汽车零部件供应商质量管理策略研究

余 斌

江铃汽车股份有限公司 江西南昌 330009

摘 要：随着汽车产业智能化电动化迅猛发展，汽车零部件供应商质量管理已成为汽车企业保障产品质量、提升竞争力的关键环节。本文聚焦汽车零部件供应商质量管理策略展开研究。首先阐述其重要性，涵盖对整车质量、汽车企业成本效益以及市场竞争力等方面的影响。接着剖析现存问题，包括供应商选择与评估体系不完善、质量控制体系不健全、信息沟通与协同不足等。最后提出针对性策略，如构建科学的供应商选择与评估体系、完善质量控制体系、加强信息沟通与协同等，旨在为汽车零部件供应商质量管理提供理论支持与实践指导，助力汽车企业提升供应链管理水平与市场竞争力。

关键词：汽车零部件；供应商；质量管理；策略研究

引言

在汽车产业竞争日益激烈的当下，汽车零部件供应商质量管理成为汽车企业发展的关键环节。汽车零部件作为整车的基础组成部分，其质量优劣直接关乎整车的性能、安全性与可靠性。同时，有效的供应商质量管理还能显著影响汽车企业的成本结构与经济效益，进而影响企业在市场中的竞争力。然而，当前汽车零部件供应商质量管理存在诸多问题，如供应商选择评估不科学、质量控制体系不完善、信息沟通不畅等，这些问题制约了汽车产业的健康发展。因此，深入研究汽车零部件供应商质量管理策略具有重要的现实意义。

一、汽车零部件供应商质量管理的重要性

（一）对整车质量的直接影响

汽车零部件是构成整车的基石，其质量优劣与整车质量紧密相连、休戚与共。每一个零部件都承担着特定功能，任何一个零部件出现质量问题，都可能像多米诺骨牌一样，引发一系列连锁反应，影响整车的性能、安全性与可靠性。例如，刹车系统中的一个小小零部件若有缺陷，可能导致刹车失灵，严重威胁驾乘人员生命安全；发动机的关键零部件质量不过关，会使发动机动力不足、油耗增加，甚至频繁出现故障，影响车辆的正常使用。高质量的零部件能确保各系统协同工作，使整车性能稳定、运行顺畅，为消费者提供安全、舒适的驾乘体验。

（二）对汽车企业成本和效益的影响

汽车零部件供应商质量管理对汽车企业成本和效益

有着深远影响。从成本角度看，若供应商提供的零部件质量不稳定，汽车企业在生产过程中会面临更高的次品率，导致原材料浪费、生产效率低下，增加生产成本。而且，后期因零部件质量问题引发的召回、维修等费用，也会给企业带来沉重负担。从效益方面讲，优质的零部件能提升整车质量，减少售后问题，增强消费者满意度和忠诚度，促进产品销售，为企业带来更多利润。

（三）对汽车企业市场竞争力的影响

在竞争激烈的汽车市场中，汽车零部件供应商质量管理是汽车企业提升市场竞争力的关键因素。高质量的零部件能打造出高品质的整车，使企业在产品性能、安全性、可靠性等方面脱颖而出，满足消费者日益增长的需求和期望，树立良好的品牌形象^[1]。

二、汽车零部件供应商质量管理存在的问题

（一）供应商选择与评估体系不完善

1. 选择标准不全面

部分汽车企业在选择供应商时，过于侧重价格因素，将低价作为主要考量，而忽视了质量、技术、生产能力、信誉等关键要素。例如，一些企业为降低成本，选择价格低廉但技术实力薄弱、生产设备落后的供应商，导致零部件质量不稳定，后期频繁出现质量问题，不仅增加了维修成本，还影响了整车交付进度。此外，对供应商的可持续发展能力、环保意识等方面的评估也较为缺失，不利于企业长期稳定发展。

2. 评估方法不科学

目前，一些汽车企业采用的评估方法缺乏科学性和系统性。评估过程主观性较强，多依赖个人经验和印象，

缺乏量化的指标和客观的数据支持。例如，在评估供应商的交货能力时，仅凭过往几次交货情况简单判断，没有建立完善的交货数据统计和分析模型。而且，评估频率较低，不能及时反映供应商的动态变化，难以发现潜在问题，使得评估结果无法准确指导供应商的选择和合作决策。

（二）质量控制体系不健全

1. 缺乏有效的过程控制

在零部件生产过程中，部分供应商对各环节缺乏严格监控。从原材料采购入库，到生产加工、组装调试，再到成品包装出厂，没有建立完善的过程监控机制。例如，在原材料检验环节，未能对每一批次材料进行全面检测，导致不合格材料流入生产；生产过程中，对关键工序的工艺参数控制不精准，如温度、压力、时间等，使得产品质量波动较大。而且，缺乏实时数据采集和分析，难以及时发现并纠正生产过程中的偏差，影响最终产品质量。

2. 检验标准不统一

汽车企业与供应商之间，甚至供应商内部不同部门之间，检验标准存在差异。一方面，企业与供应商对于零部件的尺寸精度、性能指标等关键质量要素的检验标准规定不一致，导致双方对质量判定结果不同，容易引发争议。另一方面，供应商内部检验环节多，不同部门使用的检验工具、检验方法不同，缺乏统一规范，使得同一零部件在不同检验环节可能得出不同结论，无法保证检验结果的准确性和一致性，不利于产品质量的稳定控制。

（三）信息沟通与协同不足

1. 供应链信息传递不畅

在汽车零部件供应链中，信息传递存在多层级、多环节的特点，容易出现信息失真和延误。汽车企业与供应商之间，以及供应商内部各部门之间，信息传递依赖传统的电话、邮件等方式，缺乏高效的信息系统支持。例如，汽车企业将产品需求变更信息通过邮件传达给供应商，供应商可能因未及时查看或理解错误，导致生产出的零部件不符合新要求。而且，信息在传递过程中缺乏有效审核和确认机制，使得错误信息得以传播，影响生产进度和产品质量。

2. 缺乏协同合作机制

供应链各方往往各自为政，缺乏紧密的协同合作。汽车企业与供应商之间主要是买卖关系，在产品的设计、生产计划、质量控制等方面缺乏深度合作。例如，在新

产品开发阶段，汽车企业未充分与供应商沟通技术要求和工艺难点，供应商只能根据有限信息生产，导致零部件质量难以满足设计标准。同时，供应商之间也缺乏协同，在原材料供应、产能调配等方面不能有效配合，一旦某个环节出现问题，容易引发整个供应链的波动，影响零部件的质量和交付^[2]。

三、汽车零部件供应商质量管理策略

（一）构建科学的供应商选择与评估体系

1. 制定全面的选择标准

汽车企业制定供应商选择标准时，应综合考量多方面因素。质量方面，要考察供应商的质量管理体系认证情况，如是否通过ISO/TS 16949等认证，同时了解其过往产品质量记录和客户反馈。技术能力上，评估其研发团队实力、技术创新能力以及生产工艺水平，确保能满足汽车零部件不断升级的技术要求。生产能力也不容忽视，包括生产设备先进性、产能规模和生产灵活性，以保障稳定供货。此外，还需考虑供应商的财务状况、信誉口碑、环保与社会责任履行情况等。通过全面且细致的标准，筛选出在各方面都具备优势的潜在供应商，为后续合作奠定坚实基础，从源头上保障汽车零部件的质量。

2. 采用多元化的评估方法

为确保评估结果准确客观，汽车企业应采用多元化评估方法。定量评估可运用数据分析工具，对供应商的交货准时率、产品合格率、成本波动等指标进行量化分析，直观反映其综合表现。定性评估则通过实地考察、专家评审等方式，深入了解供应商的管理水平、企业文化和发展潜力。还可以引入第三方评估机构，借助其专业知识和丰富经验，提供独立、公正的评估报告。同时，建立动态评估机制，定期对供应商进行重新评估，根据评估结果及时调整合作策略，激励供应商持续改进，不断提升质量管理水平，以适应汽车行业快速发展的需求。

（二）善质量控制体系

1. 加强生产过程控制

加强汽车零部件生产过程控制是完善质量控制体系的核心环节。首先，要建立严格的生产流程规范，明确每个工序的操作标准和质量要求，确保生产人员严格按照规定执行。例如，在关键工序设置质量控制点，安排专人进行实时监控和检测，及时发现并纠正偏差。其次，引入先进的生产技术和设备，提高生产的自动化和智能化水平。自动化设备能够减少人为因素对产品质量的影响，提高生产的一致性和稳定性。同时，利用传感器、物联网等技术实时采集生产数据，通过数据分析及时发

现潜在的质量问题，实现生产过程的精准控制。此外，加强对生产人员的培训和管理，提高他们的质量意识和操作技能。

2. 统一检验标准

统一检验标准是确保汽车零部件质量稳定的关键。汽车企业应与供应商共同制定详细、明确的检验标准，涵盖零部件的尺寸精度、性能指标、外观质量等各个方面。检验标准要具有可操作性和可量化性，避免模糊和歧义。同时，建立统一的检验方法和流程，规范检验人员的操作行为。为检验人员配备先进的检测设备和工具，确保检验结果的准确性和可靠性。此外，加强对检验人员的培训和考核，提高他们的检验水平和责任心。定期对检验标准进行评审和更新，以适应汽车行业技术发展和质量要求的变化。

（三）加强信息沟通与协同

1. 建立高效的信息共享平台

建立高效的信息共享平台是加强汽车零部件供应商与汽车企业信息沟通的关键举措。借助现代信息技术，搭建一个集成化、实时化的平台，将供应链各环节的信息进行整合与共享。该平台应涵盖订单信息、生产进度、质量检测数据、库存状况等关键内容。通过这个平台，汽车企业能实时掌握供应商的生产动态，及时调整生产计划；供应商也能快速获取汽车企业的需求变化，提前做好生产准备。同时，信息共享平台具备数据分析和预警功能，能对潜在的质量问题和供应风险提前发出警报，以便双方及时采取措施应对。

2. 强化协同合作机制

强化协同合作机制是提升汽车零部件供应商质量管理成效的重要保障。汽车企业与供应商应建立长期稳定的战略合作伙伴关系，摒弃传统的单纯买卖关系。在产品设计阶段，双方共同参与，供应商凭借专业知识和经验提供建议，使产品设计更符合生产实际和质量要求。生产过程中，开展联合质量管控，共同制定质量控制计划和检验标准，定期进行质量评审和改进。遇到质量问题时，双方迅速组建联合小组，共同分析原因、制定解决方案。此外，建立协同的库存管理机制，根据市场需求和生产节奏，共同优化库存水平，降低库存成本，提高供应链的灵活性和响应速度，实现互利共赢，共同提升汽车零部件的质量和市场竞争力。

（四）强化供应商激励机制与持续改进

1. 构建多元化的激励机制

构建多元化激励机制是激发供应商提升质量积极性与主动性的关键。物质激励方面，对于质量稳定、交货准时且服务优质的供应商，汽车企业可适当提高其采购份额，让其获得更多业务机会；给予价格优惠，降低其供货成本，提高利润空间；设立专项奖金，对在质量改进、技术创新等方面有突出表现的供应商进行奖励。精神激励也不容忽视，通过颁发荣誉证书、在企业内部宣传栏或官网展示优秀供应商事迹等方式，提升供应商的社会声誉和行业影响力，增强其归属感和荣誉感。此外，为供应商提供技术培训、管理咨询等支持，帮助其提升自身能力，实现共同成长。

2. 推动供应商持续改进

推动供应商持续改进是保障汽车零部件质量长期稳定提升的重要举措。汽车企业应与供应商建立定期的质量回顾会议制度，共同分析过去一段时间内产品质量状况，找出存在的问题和潜在风险。针对这些问题，双方共同制定详细的改进计划和目标，明确责任人和时间节点。在改进过程中，汽车企业要为供应商提供必要的技术支持和资源协助，如分享先进的质量管理方法和工具、提供检测设备等。同时，建立改进跟踪机制，定期对改进措施的实施情况进行检查和评估，及时调整改进方案^[3]。

结束语

汽车零部件供应商质量管理是汽车产业稳健发展的基石。通过构建科学的供应商选择与评估体系，能从源头把控质量；完善质量控制体系，可确保生产环节的稳定与规范；加强信息沟通与协同，能打破供应链壁垒，提升运作效率；强化供应商激励机制与持续改进，则能激发供应商的内在动力，推动质量不断升级。在汽车行业竞争日益激烈的当下，有效的供应商质量管理策略不仅能提升汽车产品的质量与可靠性，还能增强企业的市场竞争力。

参考文献

- [1] 郭其昌. 汽车零部件供应商质量管理体系的完善浅析[J]. 时代汽车, 2021(02): 163-164.
- [2] 康利霞. 汽车零部件供应商质量管理研究[J]. 质量探索, 2021, 14(03): 98-102.
- [3] 郭其昌. 汽车零部件供应商质量管理体系的完善浅析[J]. 时代汽车, 2021, (02): 163-164.