汽车零部件制造企业的成本控制与利润提升策略

王杭燕

杭州正强传动股份有限公司 浙江 杭州 311201

摘要：本研究深度锚定汽车零部件制造企业，在市场竞争白热化的大环境下，企业成本压力空前。文章全方位梳理企业成本现状，涵盖原材料、人工及制造费用等关键板块。从采购、生产、销售与售后，再到综合管理各环节，深度挖掘降本增效的有效路径，致力于为企业量身定制提升盈利能力、实现可持续发展的实操性策略，助力企业在行业浪潮中脱颖而出。

关键词：汽车零部件制造企业；成本控制；利润提升

引言

在汽车产业蓬勃发展的当下，汽车零部件制造企业却陷入激烈竞争的漩涡。一方面，市场需求的多样化与个性化不断催生新产品的研发与制造；另一方面，原材料价格波动、人力成本攀升等因素致使企业成本居高不下。在此严峻形势下，如何有效控制成本、提升利润，已成为企业能否在市场中站稳脚跟、实现长远发展的核心命题。本文将从多个维度深入剖析，探寻破局之策。

1 汽车零部件制造企业成本现状剖析

1.1 原材料成本构成与变动趋势

汽车零部件制造涉及多种原材料，钢材作为基础材料，在车身、底盘等零部件制造中用量巨大，其成本受铁矿石价格、钢铁行业产能及国际政治经济形势影响显著。有色金属如铝、铜，因具备良好的导电性、导热性及轻量化优势，在发动机、电气系统等部件广泛应用，其价格随全球矿产资源供需关系波动剧烈^[1]。橡胶用于轮胎、密封件制造，受天然橡胶产量、合成橡胶技术发展及国际橡胶市场垄断格局影响，价格起伏不定。近年来，随着新能源汽车兴起，锂、钴等稀有金属在电池制造需求大增，价格更是呈现爆发式增长与频繁波动，给企业原材料成本控制带来极大挑战^[2]。

1.2 人工成本在总成本中的占比及影响因素

人工成本在汽车零部件制造企业总成本中占比较高，通常可达20%-30%。熟练技术工人的薪酬水平受行业人才供需关系影响，汽车制造业对技术工人专业技能要求高，培养周期长，供不应求时，工人薪酬与福利随之提升。此外，企业所处地区的经济发展水平、劳动力政策法规也左右人工成本。经济发达地区生活成本高，法定最低

工资标准也高，企业需支付更高薪资吸引人才^[3]。同时，随着社会对劳动权益保障重视度提升，加班补贴、社保福利等支出增加，进一步加重企业人工成本负担。

1.3 制造费用的主要组成部分与管控难点

制造费用涵盖设备折旧、水电费、车间管理费用等。先进生产设备虽能提升生产效率与产品质量，但购置成本高昂，折旧费用在制造费用中占大头，且设备更新换代快，加速折旧增加成本。水电费受能源价格政策、生产规模与设备能耗影响，生产旺季或高能耗设备投入使用时，水电支出大幅增长。车间管理费用包含管理人员薪酬、办公耗材等，管理流程复杂、人员冗余易导致费用失控。管控难点在于各项费用关联生产多环节，难以精准分摊与监控，且降低成本可能影响生产运营与产品质量。

2 采购环节的成本控制策略

2.1 供应商管理与合作优化

建立供应商评估体系，从产品质量、交货期、价格、研发能力等多维度筛选优质供应商，淘汰不合格者。与核心供应商构建长期战略合作伙伴关系，共享生产计划、技术需求等信息，协同研发降本，如共同开发新型材料替代高价原材料。定期对供应商进行考核与激励，依据交货准时率、产品合格率等指标给予价格优惠、订单倾斜，促使供应商提升服务质量与降低成本，实现互利共赢^[4]。

2.2 采购批量与价格谈判策略

通过大数据分析 with 需求预测，精准制定采购计划，合理扩大采购批量获取规模折扣。在采购谈判前，深入调研市场行情、供应商成本结构，掌握谈判主动权。组建专业谈判团队，运用谈判技巧，如设置价格区间、争取额外服务条款、以长期合作承诺换取优惠价格，降低采购单价，同时灵活运用期货、套期保值等金融工具锁

作者简介：王杭燕，1981.09，女，浙江省杭州市，汉，最高学历：专科，职称：初级会计师，研究方向：人工智能时代对全劳动市场的重塑

定原材料价格, 规避价格大幅波动风险。

2.3 采购流程的信息化与效率提升

引入采购管理信息系统, 实现采购需求提报、审批、订单下达、物流跟踪、发票结算全流程信息化。系统自动整合采购数据, 生成报表供分析决策, 减少人工操作失误与沟通成本。利用电子采购平台, 拓宽供应商资源, 开展在线招标、竞价, 增加采购透明度, 提高采购效率, 快速响应生产需求, 降低库存积压与缺货成本^[5]。

3 生产过程的成本控制与利润提升

3.1 生产工艺优化与成本降低

组建跨部门工艺优化团队, 融合技术、生产、质量人员, 运用工业工程方法分析生产流程, 消除不必要工序与动作浪费。引入先进制造技术, 如3D打印用于小批量零部件制造, 减少模具开发成本; 采用精益生产模式, 优化生产线布局, 实现连续流生产, 缩短生产周期, 降低在制品库存, 提升生产效率, 降低单位产品生产成本。

3.2 质量控制与成本效益平衡

构建全面质量管理体系, 从原材料检验、生产过程巡检到成品抽检全流程把控质量。运用六西格玛等质量工具分析质量数据, 识别质量问题根源并改进。合理设置质量标准, 避免过度质量追求增加成本, 平衡质量控制成本与产品质量损失成本。加强员工质量培训, 提升全员质量意识, 降低因质量问题导致的返工、报废成本。

3.3 设备管理与维护的成本考量

制定设备预防性维护计划, 依据设备运行数据与使用年限, 定期进行保养、维修, 降低设备突发故障概率, 减少停产损失。建立设备档案, 记录维修历史与成本, 分析设备生命周期成本, 合理安排设备更新换代。引入设备管理信息化系统, 实时监控设备运行状态, 预测设备故障, 优化维护资源配置, 降低设备维护成本, 确保设备高效稳定运行, 提升生产效益。

4 销售与售后环节的利润提升策略

4.1 产品定价策略与市场定位

深入开展市场调研, 通过线上问卷、线下访谈等方式收集目标客户群体对汽车零部件性能、外观、价格等方面需求。分析竞争对手产品时, 不仅关注其价格, 还深入研究产品质量、技术创新点与市场口碑。结合企业自身成本, 包括原材料、生产、营销等各项成本, 以及预期利润目标, 运用价值定价法, 根据产品为客户创造的价值确定价格, 如为高端车型配套的高性能零部件, 因其技术含量高、能显著提升汽车性能, 可适当提高价格。采用竞争导向定价, 参考竞争对手类似产品价格,

结合自身产品优势与劣势, 制定具有竞争力价格。精准市场定位, 针对高端客户, 定制化生产具备独特功能、超高精度的零部件, 满足其对汽车个性化、高品质需求, 收取较高溢价; 面向大众市场, 开发标准化、通用性强的零部件, 通过规模化生产降低成本, 以高性价比吸引客户, 扩大市场份额, 实现销售收入增长。

4.2 销售渠道拓展与成本控制

在巩固传统销售渠道方面, 与长期合作的汽车整车厂商、大型汽配经销商保持密切沟通, 定期回访, 了解其需求变化, 提供优质服务, 巩固合作关系。拓展电商平台销售渠道, 搭建企业官方电商网站, 入驻知名汽配电商平台, 展示产品优势与特色, 利用平台流量吸引更多潜在客户。参与线上展会, 通过虚拟展厅、直播演示等方式, 全方位展示产品, 突破地域限制, 触达全球客户。评估不同渠道销售成本与收益时, 分析电商平台入驻费用、营销推广成本与订单量、销售额关系, 对比传统渠道经销商返点、物流配送成本与销售业绩, 优化渠道组合。运用客户关系管理系统, 对客户信息进行整合分析, 依据客户购买历史、偏好等进行精准营销, 如向有特定零部件更换需求客户推送相关产品信息, 提高客户转化率与忠诚度, 降低销售成本, 提升销售效率。

4.3 售后服务成本管理与增值服务开发

建立售后服务成本核算体系, 对维修成本, 详细记录每次维修更换零部件费用、人工工时费; 配件库存成本则考虑库存持有成本、配件损耗等因素; 人员差旅费依据出差次数、行程远近等统计。优化售后服务流程, 利用远程诊断技术, 通过车载智能设备、视频连线等方式, 为客户远程诊断故障, 判断是否需现场维修, 减少现场服务次数, 降低差旅费与维修时间成本。开发增值服务, 延长质保期, 向客户提供更长期质量保障, 增加客户购买信心; 提供车辆保养咨询服务, 定期推送保养知识、注意事项, 提升客户粘性; 开展零部件升级服务, 如为老款车型提供性能更优的零部件升级方案, 满足客户对汽车性能提升需求, 通过增值服务收费提升售后利润, 实现售后成本与利润的平衡发展。

5 企业综合管理层面的成本控制举措

5.1 人力资源管理的成本优化

依据企业战略, 若企业计划拓展新能源汽车零部件业务, 需提前规划相关技术人才招聘与培养。结合业务需求, 对现有岗位进行梳理, 去除冗余岗位, 避免人员闲置浪费。开展员工培训, 针对新技术、新工艺, 组织内部培训课程或邀请外部专家授课, 提升员工技能。制定职业发展规划, 为员工设置晋升通道, 如技术人员

从初级工程师向高级工程师、技术专家发展，激发员工积极性，促使其提升工作效率，减少因技能不足导致的工作延误与返工。建立合理薪酬激励体系，设置绩效奖金、项目提成等，将员工薪酬与工作业绩紧密挂钩，如生产人员依据产量、质量等指标计算绩效工资，提高人均产出，降低单位产出人工成本。同时，优化员工福利结构，提供弹性工作制度、健康体检、职业技能培训补贴等福利，提升福利性价比，增强员工归属感与忠诚度。

5.2 财务管理与成本预算控制

构建全面预算管理体系，在采购环节，依据生产计划、原材料价格波动预测等制定采购预算；生产环节考虑设备折旧、人工成本、能源消耗等确定生产成本预算；销售环节结合市场推广计划、销售目标制定销售预算；研发环节根据项目进度、研发投入需求制定研发预算。细化成本预算指标，将采购预算细化到每种原材料采购量与价格，生产成本预算细化到各生产工序成本。加强预算执行监控，建立预算执行报表制度，定期统计各部门预算执行情况，对比实际支出与预算差异，如采购部门实际采购价格超出预算时，及时分析原因，是市场价格波动还是采购流程问题，及时调整采购策略。运用财务分析工具，通过成本性态分析区分固定成本与变动成本，为成本控制提供方向；本量利分析确定盈亏平衡点，辅助定价与生产决策，优化资金管理，合理安排资金用于采购、生产、研发等环节，降低资金成本，提高资金使用效率。

5.3 企业信息化建设与成本管控协同

加大信息化建设投入，在构建企业资源计划（ERP）系统时，整合企业采购、生产、销售、库存等业务流

程，实现数据实时共享，如生产部门可实时获取原材料库存信息，合理安排生产计划。办公自动化（OA）系统实现文件审批、信息发布等流程自动化，减少人工传递与处理时间。通过信息化系统减少人工干预，降低人为错误，提高管理效率，如采购订单自动生成、审批，避免手工填写错误。利用大数据分析挖掘成本管控潜力，分析采购数据，发现采购频率、供应商选择等方面可优化之处，如集中采购某些原材料降低采购价格；分析生产数据，找出生产流程中能耗高、效率低环节，改进生产工艺，实现信息化建设与成本管控深度协同，全面降低企业运营成本。

6 结论

从采购、生产、销售与售后及综合管理各环节提出针对性成本控制与利润提升策略。在竞争激烈的市场环境下，企业需系统整合各策略，持续优化运营管理，通过有效成本控制提升利润空间，增强市场竞争力，实现可持续发展，在汽车产业变革浪潮中把握机遇，稳健前行。

参考文献

- [1]余洋.A汽车零部件制造企业质量成本管理优化研究[D].重庆理工大学,2024.
- [2]赖淑敏.汽车零部件制造企业成本管理问题及策略[J].投资与创业,2023,34(24):97-99.
- [3]袁芳.基于价值链的汽车零部件制造企业成本精细化管理策略研究[J].中小企业管理与科技,2023,(14):86-88.
- [4]蔺会玲.作业成本法在汽车零部件制造企业中的应用探讨[J].中国市场,2023,(13):193-196.
- [5]杨明.汽车零部件制造企业降本增效策略探析[J].财经界,2022,(21):47-49.